

Bienvenidos
Revista bimestral de Distribuidora Rabié, Año XIII - Nº 77 Marzo 2009.
Distribución gratuita. Prohibida su venta.
Rabié Incorpora
Nuevo Software en el Area Logística
El Sueño Americano
Radiografía de Barack Obama
¿Quién Ganará?
Los Exitosos Pells o Cuenta Conmigo
BuinZoo
Una Historia de Amor y Pasión

Señor
Comerciante:

TU SALSA DE SIEMPRE A PRECIO + CONVENIENTE





...en formatos de 6 unidades

Prefiéralas... No hay por donde perderse!







Innovación: prioridad para crecer.

Para nadie es un misterio que la realidad de los mercados tanto en Chile como en el mundo cambia todos los días. Lo que ayer fue una oportunidad, seguramente hoy ha dejado de serlo y se puede haber transformado en una peligrosa amenaza; lo que hoy parece ser una fortaleza incuestionable, mañana podría ser una debilidad que limitará el crecimiento.

La capacidad de innovar no es sólo un activo que le pertenece a algunos. La capacidad de innovar parte del convencimiento de que los cambios se producen permanentemente y que la única forma de enfrentarlos con éxito, es cuestionándonos siempre, sin aferrarnos a nuestros paradigmas, abriendo nuestra mente a la creatividad y empatía, permitiendo con ello generar soluciones diferentes a los problemas y liderar la adopción de los cambios que se produzcan en el entorno.



En Distribuidora Rabié, entendemos las exigencias actuales de la Industria y comprendemos el esfuerzo constante que nuestros socios realizan en materia de innovación y crecimiento.

Comprendemos muy especialmente las necesidades del comercio minorista de Chile. Es así como el servicio de Rabié siempre ha estado orientado a la eficiencia en los procesos logísticos, mejorando sustantivamente el despacho y la atención profesionalizada de la fuerza de ventas. De la misma forma, instamos al comercio tradicional a que enfrente con decisión los cambios, fomentando el espíritu innovador, la mejor manera de competir en un entorno vanguardista y global.

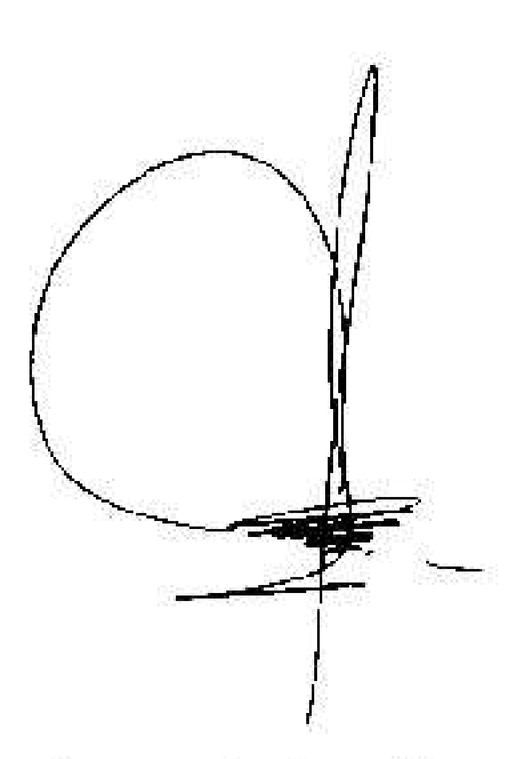
El primer gran desafío de nuestra compañía este año fue poner en marcha la factura electrónica, sistema que mejorará la gestión de los flujos de información entre la Industria y Rabié, así como también el intercambio entre Rabié y sus clientes, asegurando que las transacciones se realicen en tiempos muy breves.

El Warehouse Managment (WMS) será también parte sustancial en nuestra innovación en el área logística, que mejorará la gestión en nuestras bodegas y en todas las áreas de nuestro quehacer. Nuestro propósito aquí es brindar un servicio de excelencia a la Industria y a los comerciantes.

La especialización de la atención por canales de distribución: supermercados, mayoristas, minoristas e instituciones, se traducirá en una solución focalizada y profesional para todas las necesidades, por muy diferentes que éstas sean.

Vemos también con mucha satisfacción, el desarrollo de los servicios logísticos de Rabié a la Industria y las ventajas que ello ha generado. Y las proyecciones de nuestra participación en el formato mayorista de atención al comerciante, muestran claramente nuestra orientación.

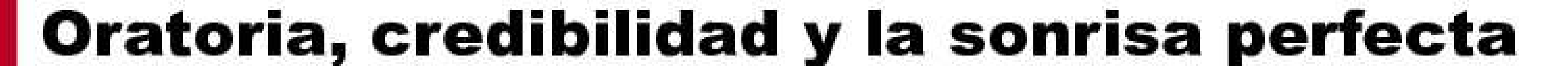
"Cada día tiene su afán" ha sido un aforismo ampliamente utilizado desde la época de Aristóteles. El "afán" de Rabié está en "crear la mejor solución logística" y la innovación permanente es parte de nuestra esencia.



Armando Jara J.
Gerente General



Foto Portada: Leones africanos, Buin Zoo, edición N° 77 Marzo-Abril 2009.**Director Fundador:** Mario Landa Reyes **Consejo Editorial:** Armando Jara J., Yerko Luksic N., Sergio Vásquez Y., Ricardo Apara M., Marcela Zapata P. y Rodrigo Landa G. **Director:** Rodrigo Landa G. **Colaboradores:** Dario Rojas, Sonia Rosas, Francisca Rojas, Carolina Marcos y Edgar Brizuela **Diseño y Diagramación:** Luz Eliana Cortés y Rodrigo Riffo P. **Fotografía:** Marcelo Vildósola G. y Ricardo Ramírez. **Producción:** Líder Publicidad Ltda. **Impresión:** Quebecor World Chile S.A. **Rabié S.A. Administración Central:** El Roble 770. Pisos 8,9 y 10 Chillán. Fono: 42-200600 Fax: 42-224679. **Centro de Distribución Chillán:** Ruta 5 Sur, Km. 418, Chillán Viejo Fono: 42-200500 Fax: 42-200555. **Centro de Distribución Santiago:** Camino a Melipilla 15.000, Maipú Santiago Fono: 2-6773100 Fax 2-5356497. **Centro de Distribución Antofagasta:** Ruta 5 Norte Km. 1.358,5 Manzana N, Sitio 2. Parque Industrial La Negra Fono: 55- 207100 Fax: 55-207110.
www.rabie.cl



Oratoria, credibilidad y la sonrisa perfecta

BARACK OBA

Demostró Que El Cambio Es Posible

En 1964 el escritor norteamericano Irving Wallace publicó el libro titulado "El Hombre", donde plantea la posibilidad de un presidente negro en Estados Unidos. Para la época, se trataba de un hecho inverosímil, insólito, inaudito, impensable e imposible. Cuarenta y cuatro años más tarde, la "profecía" de Wallace se hizo realidad.

Se tiende a pensar que Barack Obama es negro cuando, en realidad, es un mulato que conjuga lo negro con lo blanco. Es la unión de las dos razas. Además, a diferencia de los Kennedy, con quien a menudo se le compara, viene de una familia de recursos limitados. El éxito se lo debe a su inteligencia. No cualquiera, en su situación, estudia en las prestigiosas universidades de Columbia y Harvard, donde se graduó "magnacum laude", (frase utilizada para indicar máximo desempeño con el que se ha obtenido un grado académico). Obama es el self-made-man (hecho a sí mismo) que tanto gusta a los estadounidenses, el sueño americano, el individuo que, gracias a su tesón, supera su condición social.

Su vida entera es una narrativa que inspira a los jóvenes. Es el ejemplo de que "sí se puede", como indicaba el eslogan de su campaña. La figura de Obama encarna el ideal de millones de norteamericanos y de cientos de millones de personas en el mundo. Porque el nuevo presidente de Estados Unidos, es el cambio en todos los aspectos: negro, joven, inteligente, carismático, luchador y, sobre todo, claro y dialogante.

¿Por qué entusiasma tanto Obama a los jóvenes?. La primera respuesta obvia es que su retórica es muy buena. Hay calidad inspiradora en sus discursos, que son muy entretenidos. Su desempeño es magistral. Al final, la gente que lo escucha, se va con una gran energía sintiendo que hicieron algo divertido y especial. Pero sus discursos no sólo son divertidos. Es más profundo que eso. Lo demostró en 2004 cuando Obama, para la gran mayoría era un desconocido y pasó a convertirse en una figura política de primer orden de la mano del candidato demócrata a la Casa Blanca ese año, John Kerry, quien impresionado por su capacidad de oratoria, le encomendó la tarea de pronunciar el discurso central de la Convención Demócrata. Y Obama no le defraudó.

"En ningún otro país sobre la tierra mi historia sería posible", afirmó entonces, sin saber que a su historia personal quedaban aún algunos capítulos por añadir. "No hay una América negra y una América blanca, y una América latina y una América asiática, sólo existen los Estados Unidos de América", dijo, haciendo un llamado a la unidad del país

Barack Obama, presidente de los Estados Unidos de Norteamérica.



y a poner fin a las divisiones partidistas. En el mismo discurso, su llamado a la esperanza y a seguir creyendo en el "sueño americano", hizo levantar a los asistentes de sus asientos. Muchos comenzaron a proyectar en el afroamericano sus esperanzas de volver a ocupar la Casa Blanca e incluso se llegó a comparar su intervención con el discurso "I have a dream" ("Tengo un sueño") de Martin Luther King en 1958, en el que cargó contra la esclavitud y la secesión. Fue bautizado, entonces, como "una reluciente estrella en el cielo demócrata".

Por eso, sus biógrafos afirman que hay algo inspirador en Obama y lo atribuyen al ser de dos razas, de padre africano y de madre anglo. Su historia personal también inspira a la gente más allá de la retórica.

El camino no ha sido fácil para este hijo de padre keniano, al que apenas conoció, y madre nacida en Kansas, que se criara entre Hawai e Indonesia y que estudió Derecho en Harvard.

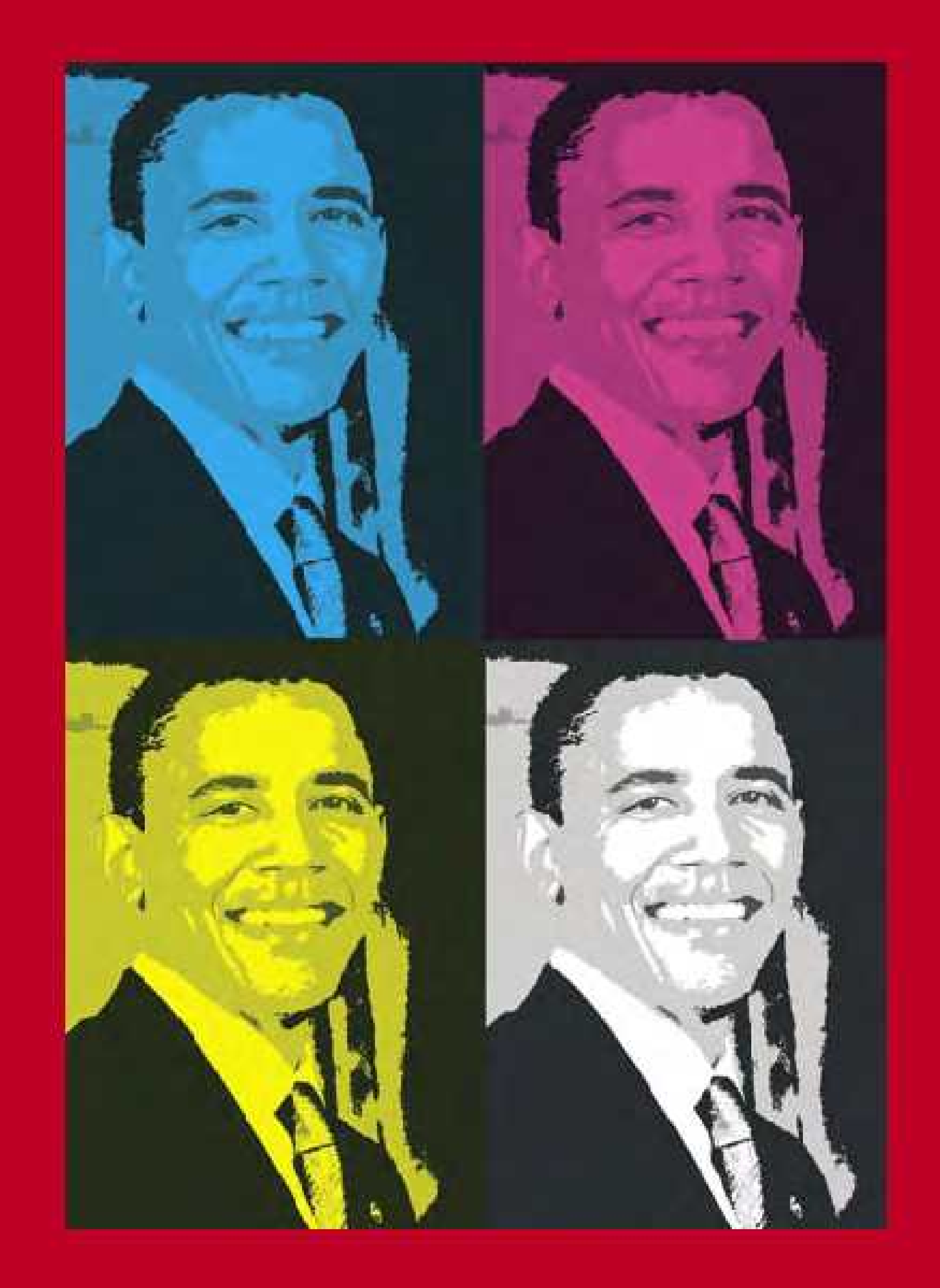
SU ABUELA MADELYN

Barack Hussein Obama Jr. nació el 4 de agosto de 1961 en Honolulu, Hawai. Su padre, Barack Hussein Obama Sr., nacido en Kenia y su madre, Shirley Ana Dunham, natural de Kansas, se conocieron en la isla y decidieron formar allí una familia. Apenas dos años después del nacimiento del pequeño Barack, su padre les abandonó para cursar una beca de Economía en Harvard. Más tarde, se iría a Kenia para trabajar para el gobierno del país africano y Obama sólo volvería a ver a su padre en una ocasión.

Su madre se casó entonces con un administrador de petróleo indonesio, y Barack se fue a los 6 años a vivir a Yakarta. Allí asistió a una escuela católica, siendo protestante y en un país de mayoría musulmana, una paradoja más en su vida.

A los 10 años, Obama volvió a Honolulu y fue criado por sus abuelos. Con la figura de un padre ausente, tuvo una complicada juventud, en la que no comprendía los prejuicios de la sociedad hacia los negros. Rebelde y adolescente, las relaciones con su abuelo no siempre fueron sencillas, pero en la casa de los Obama se respiraba mucho cariño. En gran parte gracias a su abuela, Madelyn, quien trabajó y luchó durante toda su vida por ofrecer lo mejor a la familia.

La abuela materna de Obama falleció un día antes de las elecciones presidenciales, y Obama, sensiblemente emocionado, lloró sin vergüenza ante sus miles de seguidores y quiso rendirle un homenaje en su último discurso antes de las elecciones: "Fue uno de esos héroes silenciosos que tenemos en Estados Unidos que no son famosos. Sus nombres no están en el diario, pero cada día trabajan duro y cuidan de sus familias". En cuanto supo que había ganado las elecciones, también dedicó unas cariñosas palabras a su abuela: "sé que me está viendo y sé que estará orgullosa".



LA GRAN ESPERANZA

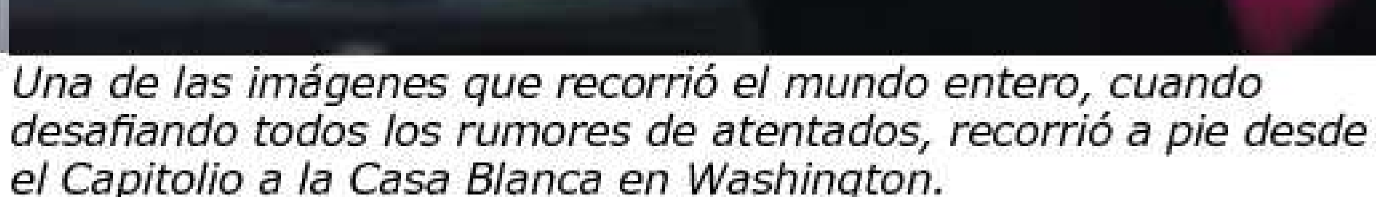
"Con mucha alegría celebramos la llegada del Presidente Barack Obama a la Casa Blanca, un hecho de gran relevancia tanto para el mundo como para los Estados Unidos. Su trayectoria personal es increíble y su talento pareciera inmenso. Sin embargo, hay que ser cautos, porque muchos de los problemas del mundo no los puede resolver una persona. Aunque creo que en este caso existe una característica casi "milagrosa", algo totalmente inesperado y bueno. Yo creo Obama va a tener que invertir en una nueva estrategia energética, y Chile podría ser socio en esa estrategia, sobre todo el sur y el norte de nuestro territorio. Hagamos votos para que nos vaya a todos bien con este presidente" **(Fernando Flores Labra, senador de la República).**

"La región le importa, aunque nunca haya estado en América Latina, salvo por unas vacaciones en República Dominicana. Creo que gobernará delegando muchos temas y espero que cambie el poco interés que hay hoy por América Latina en la agenda política de Estados Unidos" **(Sebastián Edwards, economista chileno, profesor de la Universidad de California de Los Angeles).**

"Barack Obama escribe maravillosamente bien y puede perfectamente ganar un premio Pulitzer o un Premio Nacional del Libro. Es capaz de trabajar las palabras, en el sentido de que entiende que las palabras tienen un lugar en la historia. Cuando uno escribe bien, cuando uno tiene confianza en que el lenguaje tiene un lugar en el mundo, ese hombre puede cambiar la realidad. Obama es un visionario, un hombre abierto al diálogo y el primer presidente escritor en mucho tiempo" **(Ariel Dorfman, escritor y dramaturgo chileno radicado en Estados Unidos).**



Imagen oficial del juramento como Presidente de Estados Unidos de Norteamérica, un día 20 de enero de 2009.



Una de las imágenes que recorrió el mundo entero, cuando desafiando todos los rumores de atentados, recorrió a pie desde el Capitolio a la Casa Blanca en Washington.

Obama permanecería en la isla del Pacífico hasta los 19 años, cuando se fue a estudiar Ciencias Políticas a la Universidad de Columbia, en Nueva York. Después, decidió estudiar Derecho en la Universidad de Harvard.

SONRISA Y ORATORIA

La fulgurante carrera política de Obama parece tocada por la magia: en tan solo 10 años, ha conseguido ser presidente de los Estados Unidos. Llegó al Senado en el año 2004, con el 70 por ciento de los votos y venciendo a candidatos mucho más experimentados. Era el principio del "huracán Obama".

En un año en que su partido –el Demócrata- perdía las presidenciales, Obama se situaba como una estrella ascendente. Su potente oratoria, sonrisa perfecta, credibilidad, su facilidad para conquistar al electorado y cruzar las líneas ideológicas de raza y de clase, uniendo a los votantes en uno, fueron sus principales armas.



De senador a presidente, el carismático Barack Obama recordó a los personajes más destacados de la historia de su país, que la forjaron como nación libre.

Junto a su intensa actividad política, "la nueva cara", sobrenombre con el que fue tratado por la prensa, se dedicó también a su familia y se casó con Michelle Obama, con la que tiene dos hijas: Malia, nacida en 1999, y Shasa, dos años menor.

EL DESAFIO DE LAS PRIMARIAS

El 10 de febrero de 2007, Obama hizo pública su candidatura a las primarias demócratas. En un entorno simbólico, ante el Capitolio y rememorando a Abraham Lincoln, aprovechó su fuerza y su facilidad de conectar con el público, para hacer un llamado a las "esperanzas comunes y los sueños que todavía permanecen vivos", para presentar su alternativa de gobierno.

En esa ocasión, Obama reconoció su inexperiencia, lo que para muchos es su punto débil, pero argumentó: "sé que no he pasado mucho tiempo aprendiendo cómo funciona Washington, pero he estado allí el tiempo suficiente para saber que las cosas tienen que cambiar".

Tras presentarse a las primarias demócratas, los sondeos le situaron pronto en segundo lugar, aunque nada parecía indicar que lograría arrebatar el puesto a la senadora por Nueva York, Hillary Clinton. Sin embargo, su lema de "un cambio en el que podemos creer" y "el cambio que necesitamos", pero sobre todo su ya famoso "Yes, we can" (sí podemos), hicieron cambiar de idea a los votantes.

Barack Obama, el nuevo Presidente de Estados Unidos, ha hecho historia al convertirse en el primer afroamericano en llegar a la Casa Blanca, un acontecimiento sin precedentes que cambiará para siempre la rumbo de su país, y quizás el del resto del mundo. Con un mensaje de unidad y esperanza, y su promesa de cambio como bandera, el nuevo presidente pronunció su primer discurso ante cientos de miles de personas que fue retransmitido en directo a lo largo y ancho de Estados Unidos y que se debió escuchar en todos los rincones del planeta.

Obama se declara cristiano y amante del baloncesto y la música, siendo sus artistas preferidos Miles Davis, Bob Dylan o Stevie Wonder, pero también Johan Sebastian Bach. Entre sus películas favoritas citadas en su perfil de Facebook figuran "Casablanca" y "El Padrino", mientras que entre sus libros favoritos aparecen, entre otros, la Biblia, "Moby Dick" o las tragedias de Shakespeare.


Señor Almacenero
Con la Pasta del Comercio Tradicional
presentamos
Don Lucciano
Selección de Oro
Spaghetti
400 g
Contenido Neto.
Tallarin
400 g neto
ESPIRAL
400 g neto
CORBATA
400 g
Contenido Neto
DISTRIBUIDORA RABIE
El servicio que recorre Chile
Don Lucciano, un producto exclusivo de
Consulte disponibilidad con su vendedor Rabié.

LOS JOVENES
No Están Ni Ahí con La Política

Reforma Constitucional discutida en el congreso, permitirá la inscripción automática en los registros electorales y el voto voluntario. Se busca incorporar al padrón electoral a cerca de 4 millones de potenciales votantes.

La última elección destinada a renovar los municipios del país –alcaldes y concejales- demostró, una vez más, que los chilenos –especialmente los más jóvenes- no están "ni ahí" con la política. Las cifras indican que continúa una baja considerable en la participación general de los procesos democráticos del país, desde 1993 en adelante. En dicho acto electoral –octubre de 2008-, se computaron 179.092 votos blancos y 384.364 votos nulos, lo que hace un total de 563.456 chilenos que, de este modo, expresaron su protesta en contra de la forma de hacer política en el país. Otra cifra significativa corresponde a las abstenciones, es decir, los inscritos que no acudieron a emitir sus sufragios: 1.507.526.

Se trata de gente que vota haciendo opciones críticas. De los abstencionistas, menos de medio millón entregó sus justificaciones en los cuarteles de carabineros, tal vez asustados por las "sanciones" legales, pero más de un millón no se preocupó de dar explicaciones.

Si se suman los blancos y nulos con la abstención, dan la nada despreciable cifra de 2.070.982 voluntades, que sumadas a los 4 millones de no inscritos arrojan la cantidad impresionante de 6 millones de personas que no están por las elecciones o al menos, por esos partidos y candidatos. Si los votantes del domingo 26 de octubre de 2008, fueron 6.602.702 y se les resta los blancos y nulos (563.456), que hemos sumado con los abstencionistas y no inscritos, vemos que hay un empate entre los que sostienen el sistema y los que no.


Patricio Navia, cientista político.

¿Cuáles son las razones de esta notable indiferencia por la "cosa pública", especialmente de parte de los jóvenes chilenos?

Según diversos estudios, se identifican a lo menos tres grandes razones para explicar esta conducta. Una, su apatía frente a los mecanismos institucionales de participación; otra, el desencanto respecto al sistema democrático vigente; y, la tercera, una profunda decepción acerca de las llamadas "elites representativas".

A estas tres motivaciones principales se agregan otras, como la falta de identidad ciudadana, un bajísimo conocimiento del sistema político y una progresiva falta de confianza en sus conciudadanos. El investigador de la Corporación de Estudios para Latinoamérica (Cieplan), Sergio Toro Maureira, sostiene que "debido a que la elite y los tecnócratas son los que poseen la discrecionalidad de la política pública, los jóvenes tienden a aplicar mecanismos de protesta que van desde la exigencia de sus demandas en las calles, hasta la invalidación de los sistemas representativos mediante la abstención en los procesos electorales". Y agrega: "(...) no se trata que la no participación de los jóvenes sea por un desapego a la democracia, sino que se trata de que ellos entienden el concepto de manera muy diferente a aquél percibido por las elites".

Numerosas encuestas e investigaciones de campo sostienen un dato relevante: los jóvenes aprecian el sistema democrático, pero rechazan cada vez más a los actores a cargo de su gestión; es decir, a los políticos y las elites que les rodean.

POLITICA PARA "VIEJOS CHICOS"

El cientista político, Patricio Navia, sostiene que "hay jóvenes que participan en política partidista, algunos de ellos están desilusionados, otros no. En general los jóvenes sienten que la política partidista no los representa, porque la política partidista en Chile está diseñada por y para personas de otras edades, de otro acervo cultural, literalmente de otros mundos. En particular, yo creo que para hacer política hoy en Chile, en cierto modo, hay que ser un viejo chico, de otra forma quedas marginado de lo que es la política".

Con la nueva ley, el voto seguirá siendo voluntario, sin embargo la inscripción será automática.

Navia sostiene que los actuales registros electorales no son amistosos como para que los jóvenes se inscriban: "me parece lamentable que sea complicado ir a inscribirse, que sea discriminatorio con los jóvenes que trabajan tiempo completo. Es mucho más factible que se inscriba un joven universitario que un trabajador cualquiera y en este sentido creo que hay una política de exclusión de la que hay que hacerse cargo. La inscripción debe ser automática, hoy en día hay un montón de trámites que podemos realizar por Internet y es ridículo que no nos podamos inscribir por esta misma vía".

Tras varios años de debate, las fuerzas de gobierno y oposición, lograron consenso para debatir en el congreso una enmienda constitucional que permita la inscripción automática en los registros electorales y el voto voluntario. En lo fundamental, esta reforma, consagra el sufragio como un derecho y no una obligación de los ciudadanos y además establece el sistema de inscripción automática en los registros electorales.

El proyecto, aprobado por la Cámara de Diputados en tercer trámite, establece que la obligatoriedad del sufragio no es congruente con un sistema donde la inscripción electoral es voluntaria, tornándolo antidemocrático, pues a su vez contempla sanciones para quienes, habiéndose inscrito, no concurran a sufragar sin causa justificada. Por esta razón, la reforma indica que la Ley Orgánica Constitucional respectiva contemplará un sistema de registro electoral al que se incorporarán, por el sólo ministerio de la ley, los ciudadanos que cumplan con los requisitos.

Ahora, la iniciativa debe ser aprobada por el Senado para que tenga rango constitucional. También, el gobierno debe enviar los proyectos de leyes orgánicas que regularán la inscripción automática y la votación voluntaria. Estas iniciativas, que el gobierno enviará en el nuevo periodo legislativo al congreso, despierta suspicacias, entre otras cosas, porque hay quienes han planteado, desde los partidos que apoyan al gobierno, que en esta normativa, sobre el voto voluntario, se incorpore el voto de los chilenos en el extranjero. La oposición se ha opuesto reiteradamente a aprobar esta iniciativa porque teme que se cometa fraude. La desconfianza se basa en que sea el Registro Civil el organismo encargado del proceso, debido a los ilícitos que presuntamente han cometido sus máximos directivos.

El ministro Secretario General de la Presidencia, José Antonio Viera-Gallo, encargado de las relaciones gobierno-congreso, se comprometió a dar las garantías necesarias para que no existan dudas en tal sentido. De hecho, recalcó que lo que el Gobierno busca con la inscripción automática "es que el cuerpo electoral real coincida con el político", para lo cual "estamos dispuestos a dar todas las garantías que sean del caso en la Ley Orgánica para asegurar que el padrón no sea cuestionado".

¿A quienes favorece el voto voluntario?

Entre los analistas no hay una sola opinión: para algunos el voto joven es favorable a la actual oposición, pero -para otros- no es posible sacar conclusiones hacia ningún lado, ya que hay pocos estudios profundos sobre el comportamiento de los no inscritos.

El presidente de Adimark, empresa de investigación de mercado y opinión pública, Roberto Méndez, refiere que "el mayor factor de incertidumbre es los que van a dejar de ir a votar. Porque yo creo que los que no se han inscrito, probablemente una proporción muy pequeña de ellos va a ir a votar, ellos ya han demostrado hasta la saciedad que no están interesados en la política".

A juicio de Méndez, "van a ser muchos cientos de miles o quizás millones de personas que hoy día están inscritas, que cumplen con votar por el hecho de que es una obligación, pero cuando no sea una obligación, probablemente van a dejar de hacerlo".

El director del Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea (CERC), Carlos Huneeus, indicó que "en la mayor desafección política existen los jóvenes, por lo tanto, uno tendería a pensar que el voto juvenil va a castigar más a la Concertación de gobierno que a la Alianza opositora".

La duda es si esta reforma alcanzará a estar vigente para las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias. Un factor que, indudablemente, generará polémica durante la discusión que resta en el congreso, es si la reforma alcanza o no al voto de los chilenos en el extranjero.

RABIE
Da un Nuevo Paso en la Incorporación de Tecnologías a sus Procesos

La llegada de un nuevo software para el área logística permitirá optimizar la forma de trabajo que la empresa ha sostenido hasta hoy.

La tecnología nos sorprende a diario con un abanico de posibilidades que ya no sólo tienen que ver con la entretención y el aprendizaje. Desde hace unas décadas, los adelantos tecnológicos han podido ser aplicados a las distintas áreas de producción industrial, como la entrega de servicios o la manufacturación de productos, contribuyendo con esto a optimizar la tarea de las grandes y medianas empresas alrededor de todo el mundo.

Y si de grandes empresas se trata, en el mercado de productos de consumo masivo contamos con una pionera en la incursión del uso de nuevas tecnologías, para ofrecer cada día un mejor servicio tanto a sus clientes como a sus proveedores. Distribuidora Rabié se ha estado preocupando de incorporar a su gestión todas las herramientas posibles para optimizar sus procesos. Sólo este año, puso en marcha el servicio de facturación electrónica. El nuevo desafío ahora es contar con un nuevo software que vendrá a satisfacer las necesidades de todos los departamentos de la empresa, sobretodo en las áreas Comercial y de Ventas.

Se trata del software WMS (Warehouse Managment System o Sistema de Gestión en Bodega), un dispositivo de clase mundial y que debiera estar completamente operativo hacia el próximo año. Así lo explica Javier Vera Messer, subgerente de administración del Centro de Distribución Chillán y gerente de este nuevo proyecto. "Este proceso es un nuevo desafío para Rabié e involucra un cambio cultural dentro de nuestra organización. En la práctica, nos permitirá incursionar en nuevos negocios a los que no habíamos podido acceder y optimizar sustantivamente el servicio a clientes e Industria, a través del mejoramiento de los procesos logísticos. El sistema que tenemos actualmente, no permite la flexibilidad que nosotros quisiéramos. En el fondo, se trata de aprovechar las mejores prácticas que ofrece este tipo de software", afirma.


Javier Vera, subgerente de administración de Distribuidora Rabié y gerente del proyecto WMS.

Javier Vera explicó que este proceso involucrará un cambio de mentalidad dentro de la empresa. "Cambiarán los procesos y la forma de trabajar. El software fue elegido luego de un exhaustivo examen realizado tanto en Chile como en otros países en donde se han integrado este tipo de tecnologías en empresas tan importantes como Distribuidora Rabié".

Este software permitirá que Rabié cuente con servicios para la Industria como carga certificada, una detallada información respecto de la trazabilidad de los productos que comercializa, un ahorro de tiempos en la recepción y un preciso informe del stock. "Nos conectaremos con la Industria de forma más fácil y ágil. Esa es nuestra meta".

ESTAN TODOS INVITADOS

Luego de la elección del software indicado, a partir de este mes, la empresa comenzará una verdadera campaña de capacitación y promoción interna de los atributos que tiene el nuevo sistema. "El software tendrá un nombre propio de la empresa. Además, se formará un equipo que saldrá de la operación diaria para trabajar en Casa Rabié, en donde estamos montando un espacio especial para esto. El resto de la gente será capacitada, para esto estamos realizando un trabajo fuerte en donde incluso, están participando los psicólogos de nuestra empresa. Todo esto con el fin de asegurar el éxito de la implementación", afirmó Javier Vera.

Este equipo comenzará a trabajar la primera quincena de marzo y ya cuenta con profesionales de Rabié como el jefe de operaciones, Claudio Gajardo, quien pasó a integrar esta nueva mesa de trabajo; además se sumó a este equipo el profesional Aldo Cor-



valán. La primera etapa de esta implementación comenzará en el Centro de Distribución Chillán en enero del 2010. En febrero del mismo año será el turno del Centro de Distribución Santiago para en marzo, dar paso a la implementación del sistema en Antofagasta. El periodo de estabilización, debiera concretarse en mayo del próximo año. "Este es un trabajo largo porque involucra todo un proceso de cambio. Surgirán nuevas responsabilidades y nosotros buscaremos dentro de nuestro equipo a los mejores para encabezar este magno proyecto. Hay que considerar que la inversión sobrepasará los 500 mil dólares, entonces estamos hablando de un proyecto grande y completo, en donde todos debemos dejar lo mejor de sí", indicó.

EL SOFTWARE

El sistema WMS es un software que ha tenido la ventaja de adecuarse a las necesidades del mercado latino y otros países. Así ha quedado demostrado en los países en donde se ha aplicado. Este sistema, además, está en constante evaluación y actualización, garantía con la que también contará Distribuidora Rabié aún después de su implementación total. "Esta es una relación de sociedades. Nosotros siempre estaremos en contacto con los proveedores de este software. A partir de este mes, un equipo de la empresa que nos instalará el sistema, trabajará en Chillán durante el tiempo que sea necesario. O sea, contaremos con un equipo de consultores al que se le derivarán todas las dudas. Tenemos que pensar que vamos a apagar el sistema antiguo para comenzar a operar inmediatamente con el nuevo, asegurando de esta manera que el servicio a nuestros clientes no se detenga un día".

Por esta razón, es que los encargados del WMS trabajarán de la mano con los expertos, porque nada puede fallar. "Nosotros nos hemos propuesto que para nuestros clientes y vendedores sea transparente este cambio, sin embargo en una primera instancia no se deben dar cuenta cuando apaguemos nuestro antiguo sistema".

Cinco fueron los proveedores del software que Distribuidora Rabié conoció en los inicios de este año. A medida que las conversaciones avanzaron, se fueron desechando algunas posibilidades, hasta quedar con las mejores. Finalmente, la elección recayó en el Software Viaware de Infor, implementado por la Empresa Tecnology Latin América, entidad que se hará cargo de la implementación del software. "Elaboramos una lista de todos los requerimientos que nosotros queríamos y en base a ella nos quedamos con varias opciones. Para llegar a la instancia de la decisión, lo primero fue conocer a los clientes que tenían WMS dentro de Chile, para luego viajar y conocer otras experiencias en América Latina. Estamos muy conformes con la elección", aseguró.

Javier Vera Messer.

Nuevamente a la vanguardia en uso de tecnologías

TODOS GANAN Con La Factura Electrónica

Rabié inició operaciones de un sistema que reportará beneficios a sus más de 45 mil clientes ubicados en todo el territorio nacional.



Grandes beneficios se esperan obtener con la implementación de la facturación electrónica, hecho que instala a Rabié como una de las empresas líderes en el ámbito nacional en el uso de las tecnologías de transferencia de información.

Actualmente se está en la etapa de marcha blanca del sistema, que comenzó a operar en la Administración Central y en el Centro de Distribución Antofagasta, para comenzar a ser usado en la Región Metropolitana, durante este año. El uso de la factura electrónica se gestó y comenzó su aplicación en un tiempo relativamente breve por cuanto desde que surgió el proyecto hasta que fue contratada la empresa que diseñó el software, en septiembre pasado, pasaron menos de siete meses.

Actualmente, señala Hernán Zurita Veloso, gerente de contabilidad y finanzas, quien ha liderado la iniciativa al interior de la empresa en conjunto con las otras áreas de la organización, se cuentan sólo saldos positivos. El ejecutivo, indicó que la facturación electrónica permite que las transacciones comerciales se realicen en un tiempo muy breve, lo que facilita las relaciones entre Rabié y las empresas proveedoras y los comerciantes. Señaló que la primera factura de aquel tipo enviada por la empresa fue a un proveedor, quien en tres segundos tenía en su poder el documento, que sólo dos segundos antes había sido visado por el Servicio de Impuestos Internos. Antes de la llegada del sistema, en promedio todo el proceso podía durar fácilmente una semana, pasando por diversas etapas internas hasta el envío del documento.

La facturación, señala, consiste básicamente en la emisión de un archivo electrónico, que para todos los efectos pasa a ser el original y el válido, y todos las demás formas, entre ellas el papel que llega a las manos de los clientes o proveedores, son sólo copias. El sistema, será aplicado en las transacciones con todos los clientes de Rabié durante este año, que en el país llegan a los 45 mil comerciantes.

Para hacer más eficiente el sistema, será necesario que cada uno de los clientes de la empresa posean una casilla electrónica donde la empresa enviará el documento. Esto, se realizará luego de que cada usuario firme un documento que valida el intercambio de documentación. "En este escenario se logran muchos beneficios, pues inmediatamente Rabié enviará documento electrónico, el cliente tendrá el archivo e incluso podría recepcionar el documento antes de que llegue el camión con mercadería y ese archivo lo podrá guardar. Así también

Hernán Zurita Veloso, gerente de contabilidad y finanzas de Rabié S.A. lidera la implementación de la factura electrónica en todo Chile.



El equipo que lideró el cambio de factura tradicional a electrónica. En la fotografía: Marcelo Orellana, Alexis León, Alex Campos, Claudio Reyes, Hernán Zurita y Mario Quezada.



se agiliza la entrega de las notas de crédito", agrega Hernán Zurita.

En la etapa de implementación, agrega, se han introducido una serie de mejoras luego de recibir retroalimentación de parte de los clientes a los que abastece la empresa. Sostiene que mayoritariamente el sistema, que ha sido dado a conocer por diversos medios entre ellos por la fuerza de ventas, ha sido muy bien recibido por las personas, que ya están obteniendo los beneficios.

Con los proveedores que cuentan con factura electrónica, indica, el intercambio de información ha sido muy fluida y rápida, lo que tiene muy satisfechos a quienes participaron de este proyecto, incluido al personal que trabaja directamente en este cambio en los centros de distribución.

La empresa, de esta manera, se ubica a la cabeza de una tendencia mundial donde el comercio electrónico tiene cada vez mayor resonancia. A pesar de los vaivenes de la economía, procesos como los que lleva a cabo la empresa no se detienen puesto que justamente están orientados a hacer más eficiente la gestión.

"Estamos muy satisfechos con el compromiso transversal de la organización, de sus diversas áreas y de los centros de distribución. Estas herramientas tecnológicas avanzan a pasos agigantados y Rabié es consecuente a través de su sistemático espíritu de innovación", recalca Zurita.



El primer documento electrónico emitido en CASARABIE Arica. El la fotografía: Armando Oyarzún, Marcelo Orellana, Enrique Parada, Alejandra Villalobos, Miguel Balcázar y Jorge Llancubre.



La primera emisión en el Centro de Distribución Antofagasta de Rabié. De pié: Luis Piñones, Sergio Villarroel, Felipe Gutiérrez, Hernán Zurita, Claudio Reyes y Marcelo Orellana. Sentados: Alvaro Chang, Enrique Escubort y Enrique Parada.



SOUTHPACIFIC KORP
Juntos de Cara al Futuro

Llegar a más hogares con productos frescos y de primer nivel. Esa es la aspiración de la pesquera SouthPacific Korp, que junto con Distribuidora Rabié han forjado un importante compromiso estratégico.

SouthPacific Korp (SPK) es una empresa del grupo Copec que, en los últimos 7 años, se ha dedicado a la extracción de recursos pesqueros desde la región de Atacama hasta el extremo sur del país, con gran éxito.

Su centro de operaciones se ubica en la localidad de Coronel, lugar donde cuenta con dos plantas, que elaboran productos tales como harina y aceite de pescado, productos en conserva y pescado congelado. Asimismo, en ese puerto del Golfo de Arauco, está la base de la flota de la compañía que actualmente cuenta con siete navíos de calado medio.

Dicha empresa comenzó a explotar recursos marinos en 1945 bajo el nombre de Pesquera Iquique, compañía que en 1992 se fusiona con Pesquera Guanaye S.A., para dar origen a la factoría pesquera más grande del país. Dicha fusión dio origen a lo que actualmente se conoce como SPK, una empresa que dedica su producción a la captura y procesamiento de peces tales como el jurel, sardina, caballa y atún, entre otros.

REPOSICIONANDOSE EN EL MERCADO CHILENO

Cristóbal Badiggi, gerente comercial de SPK, señala que "desde la creación del holding, nuestros negocios estuvieron focalizados en el ámbito internacional. Sin embargo, en los últimos años hemos puesto foco en el mercado chileno, reentrando con fuerza nuevamente con todos nuestros productos". El ejecutivo explica que para ello, están sacando partido a sus múltiples ventajas; una línea de productos tradicionales, con una alta recordación en el público, estrictos estándares de calidad y un claro compromiso por entregar un producto de primera línea. El gerente afirma que "para ello hemos estado relanzando nuestra tradicional línea de conservas Colorado, más una línea Premium de productos de nombre Wirenbo, con las que estamos llegando a supermercados, distribuidores mayoristas y a otros canales tradicionales".

RABIE; UN SOCIO EN QUIEN CONFIAR

Badiggi explica que "una de las estrategias por la que estamos apostando es por lograr nuestra penetración en el comercio minorista. Para hacer realidad esta estrategia, es clave la relación que tenemos con Rabié". "Con el fin de llegar a cada vez más gente a través de nuestros productos, creemos que es de vital importancia contar con una red de distribución con la cual contactarnos con todo el comercio", puntualiza el gerente. En el ámbito gerencial, SPK cuenta con un modelo que busca una toma de decisiones integradas. Así, ambas empresas pueden contar con una gestión ágil y eficiente, que aboga por sus necesidades y la de sus clientes. "De esta manera, junto con Rabié, damos vida a una operación más rápida, lanzando ofertas atractivas, y nos abrimos al mercado consolidando nuestras ventajas competitivas", concluye.

Jorge Castillo y Cristóbal Badiggi de SPK.

CODO A CODO CON EL CONSUMIDOR

"En materia de distribución, Rabié son nuestros brazos. Sin este socio estratégico, no podríamos llegar a nuestros canales de ventas, como tampoco testear en terreno qué es lo que quiere el cliente, cuáles son sus preferencias y qué productos son los que más le gustan o interesan", recalca Jorge Castillo, ejecutivo de SPK para Rabié.

Para ello, ambas empresas han apostado por llegar cada vez más al pequeño comerciante, a través de promociones y campañas de marketing que buscan fidelizar, tanto a quienes dirigen sus pequeños negocios, como a sus clientes.

De cara al futuro, Castillo explica que quieren potenciar aun más la relación entre ambas empresas, ya que la "sinergia que existe en sus procesos nos permite proyectarnos en un crecimiento potente".



EL COMERCIO MINORISTA; UN GRAN ALIADO

Sobre la relación de SPK con el comerciante minorista, Jorge Castillo señala que "estamos bastante afiatados con ellos. A través de Rabié, llegamos al pequeño comerciante, que es nuestro fuerte para ser competitivos dentro del negocio".

Añade que "debido a nuestra estructura gerencial, no tenemos una base sólida en lo que a fuerza de ventas se refiere. Es por ello que desarrollamos un proyecto estratégico con Rabié en el que todos nuestros recursos y todos nuestros esfuerzos apuntan al canal minorista. Por lo tanto, es de importancia fundamental el llegar a este segmento.

Castillo explica que "en este canal, queremos abarcar cobertura más distribución numérica y horizontal. Creemos que, a través de esta alianza, poco a poco iremos ganando el mercado con el que contábamos históricamente".

POTENTE LINEA DE PRODUCTOS DISTRIBUYE RABIE

Los productos que SouthPacific Korp distribuye en el comercio minorista a través de Rabié, son el Jurel Colorado con todas sus versiones, tales como en agua o con tomate, como el producto masivo más importante.

En segundo lugar, se cuenta con el Atún Colorado, tanto en formato lomito como desmenuzado, y en versiones tanto al agua como en aceite.

Asimismo, SPK produce la línea Wirenbo, una categoría Premium de productos enlatados, entre los que se cuentan los filetes de jurel y atún, preparados tanto al agua como en aceite.

Junto a ello se destaca la nueva línea de mariscos en las que se cuentan los nuevos choritos Colorado, como una nueva línea de productos que SPK se encuentra lanzando con un gran éxito en la actualidad.

Todos estos productos son elaborados en la planta de Coronel y cumplen con altos estándares de calidad, evaluados internacionalmente.

RABIE PROFUNDIZA ESPECIALIZACION
En El Canal Institucional

Cambio de hábitos gastronómicos de los chilenos -cada vez más se come fuera del hogar- exige la adecuación de la distribuidora a las crecientes necesidades de sus clientes de esta área.

Los cambios sociales han determinado formas diferentes en el comportamiento gastronómico de los chilenos. Un ritmo de vida mucho más rápido y con mayores ocupaciones, genera la búsqueda de maneras que permitan ganar más tiempo al día, entre ellas, la hora de la comida. Comer fuera de casa hoy en día es casi inevitable. La mayoría de la gente lo hace unas 3 ó 4 veces a la semana y absorbe una parte considerable de su presupuesto mensual. Comer en el restaurante puede ser una necesidad impuesta por la jornada laboral o una oportunidad para disfrutar un plato delicioso, sin tener que cocinar ni lavar los platos.

Porque hoy, el consumidor es más dado a satisfacer otro tipo de necesidades que, hasta un tiempo atrás, eran consideradas privativas y suntuarias: el salir a comer fuera de casa y/o ir a beber un trago es más masivo. La enorme oferta gastronómica y de entretención permite salidas de formas más baratas y alternativas.

Estos nuevos hábitos en la población del país es lo que ha generado un potenciamiento importante en el canal institucional que atiende Distribuidora Rabié. Allí están todos los clientes que consumen directamente el producto que compran; también se le puede llamar consumo inmediato, por ejemplo: restaurantes, hoteles, casinos, empresas, reparticiones públicas, entre otras.

Debido a la creciente importancia del canal institucional, Distribuidora Rabié ha creado una estructura que está conformada por una subgerencia, que depende de la Gerencia de Ventas, que cuenta con 28 vendedores de ruta, ejecutivos de ventas para casinos y ChileCompra, lo que implica una cobertura nacional relevante en las regiones más importantes del país. Además, desde este año se cuenta con el apoyo de un jefe comercial y ejecutivos de Crédito y Cobranzas exclusivos para el canal, lo que posibilita un mayor foco en las necesidades de estos importantes clientes de la distribuidora.

El subgerente de ventas institucional, Jaime Saglie, explica a Bienvenidos que éste es un canal que está creciendo mucho, ya que el consumo alimentario fuera del hogar sigue alcanzando una importancia creciente, apoyado en factores como el incremento de la renta disponible, la progresiva incorporación de la mujer al mercado del trabajo o la preocupación notable por la salud y la calidad de los alimentos. "Las estadísticas muestran que cerca del 20 por ciento del gasto de los consumidores en alimentos se realiza fuera del hogar", precisa Saglie, "y esto implica que Rabié, como líder de mercado, tiene que estar presente, con una fuerza de ventas especializada para atender de la mejor forma a nuestros clientes de este canal, que crece de acuerdo al cambio de hábitos gastronómicos de los chilenos".

¿Cuál ha sido la tarea que ha desarrollado Rabié para contribuir al fortalecimiento y desarrollo del canal institucional?

"En el canal institucional comenzamos abasteciendo a las principales empresas de casinos de almuerzos, como Sodexho, Compass, Casino Express, entre otros, y nos prefieren porque somos una solución eficiente a los requerimiento logísticos de ellos, ya que no necesitan contar con una bodega central, ni una flota de camionetas, nosotros hacemos ese trabajo llegando con los productos a todos sus puntos de venta. Por otro lado, nuestra empresa fue la primera en entrar en el portal Chilecompras, donde todos los compradores del Estado hacen sus requerimientos, somos líderes en la venta de alimentos y estamos permanentemente





Héctor Bustos, vendedor Institucional de Rabié junto a David Puig, administrador del Buffet Express del Mall Estación Central.

Ramón Nieto, administrador de uno de los restaurantes "Tip-Tap", junto a Pamela Fuentes, vendedora Institucional de Rabié.

junto a ellos desarrollando esa forma de llegar a las reparticiones públicas.

¿Cómo se ha desarrollado la profesionalización de esta área de Rabié, cuando comenzó y en qué estado se encuentra en la actualidad?

"El año 98 comenzaron las primeras ventas a los grandes casinos, donde nos especializamos a través de la incorporación de productos que no necesariamente vendía Rabié, luego el 2002 nos incorporamos a Chilecompras y el 2008 se creó una fuerza de ventas especializada para atender clientes del canal, que cuenta con las herramientas para entregar una excelente solución".

¿Y los desafíos para este año?

"Este año es un gran desafío, tenemos metas importantes e interesantes que cumplir, como consolidar nuestra presencia en clientes nuevos, crecer en Chilecompras y aumentar nuestro mix de productos hacia artículos de oficinas y otros".

"ESPECIALIZACION DE LA FUERZA DE VENTAS HA SIDO UNA GRAN DECISION DE RABIE"

Comerciantes institucionales destacan servicio personalizado y profesional que le brinda la distribuidora.

La venta institucional de Distribuidora Rabié requiere de aspectos especiales, debido a los requerimientos de los clientes que, muchas veces, alcanza niveles de sofisticación. Ese es el caso de la Sociedad Administradora de restoranes Buffet Express, que tiene 25 locales de comida rápida en los Malls de todo el país.

David Puig-Martí Valenzuela, administrador del restorán Buffet Express del Mall Estación Central, de Santiago, revela que con la incorporación de la cadena al ser abastecida por Rabié, se ha advertido un mejoramiento sustancial, tanto en la calidad del servicio como en la entrega de productos específicos que se requieren para locales de expendio de comida rápida.

"Aquí hay varios aspectos que destacar. Desde que nos atiende Rabié encontramos todos los productos requeridos en una misma distribuidora. Antes, nosotros estábamos acostumbrados a comprar a varios proveedores, debido a que se nos hacía difícil encontrar lo que necesitábamos. Por ejemplo, determinado grado de arroz o una mayonesa con determinadas características. Hay varios aspectos que destacar en el servicio que ofrece Rabié, entre ellos, el factor servicio y la variedad de productos.

¿Ha observado algún cambio ahora que hay una fuerza de ventas especializada en la venta institucional?

"Ha sido una gran decisión de Rabié. La especialización ha significado que la atención sea más personalizada, que los vendedores estén preocupados de sus clientes, que nos visiten con frecuencia, nos llaman por teléfono para ver si tenemos alguna necesidad de última hora. Incluso, recibimos la visita de los Jefes de ventas que supervisan el trabajo de los vendedores. El servicio ha mejorado mucho desde que se instituyó la fuerza de ventas especializada.

LIDERES GASTRONOMICOS

Conocida por la venta de platos de carnes y sandwiches, la cadena de restoranes "Tip Tap", tiene ocho locales en Santiago, todos atendidos por Rabié. Ramón Nieto, es el administrador de esta tradicional cadena de locales situados en diversos sectores de la capital y se muestra satisfecho con la atención que recibe de la distribuidora. "Reconozco que los vendedores de Rabié tienen una gran especialización y, sobre todo, una gran deferencia para con nosotros. Eso se observa cada vez que buscamos un determinado artículo y ellos se esfuerzan por conseguirlo. Y si no lo obtienen inmediatamente, uno está seguro que al día siguiente lo tendrá en su local".

¿Diría usted que ha mejorado el servicio ahora con la fuerza de ventas especializada?

"Sí, porque ahora tienen más conocimiento en lo que es la parte técnica de lo que corresponde a restoranes, en eso creo que sí hemos ganado. Hemos ganado nosotros como clientes de Rabié y porque conocemos productos nuevos para nuestros clientes".

¿Qué destacaría como la principal característica de servicio que tiene Rabié?

"Dentro de la logística de Rabié, destaca el abastecimiento oportuno, es decir cuando uno lo precisa y eso es muy importante en un negocio como el nuestro. La rapidez en la entrega y la certeza que tiene el cliente, que cuando necesita determinados productos estos llegan oportunamente. Estamos atendidos en forma constante, tanto en visitas personales de los vendedores como por teléfono y eso nos hace tener la seguridad de que sí tenemos el producto, y eso nos deja tranquilos, por lo menos el descanso de que no tenemos que salir a buscar alternativas afuera. Como empresa de abastecimientos para sistema de restoranes, encuentro que Rabié es la alternativa casi ideal; no podría decir que es perfecta porque no hay nada perfecto, pero sí nos sentimos a gusto, por lo menos, y eso es algo importante, y el descanso para uno como encargado de locales que no tenemos que estar constantemente en busca de nuevos proveedores".

El equipo de ejecutivos que dirige la venta en el Canal Institucional.

BUIN ZOO

PASION POR LOS ANIMALES

Lo que fue un criadero de cerdos es hoy el más grande y moderno zoológico del país y uno de los más importantes de Latinoamérica. Un médico veterinario, su esposa y sus diez hijos son los responsables de esta historia notable junto a más de 100 trabajadores.

Leona africana.

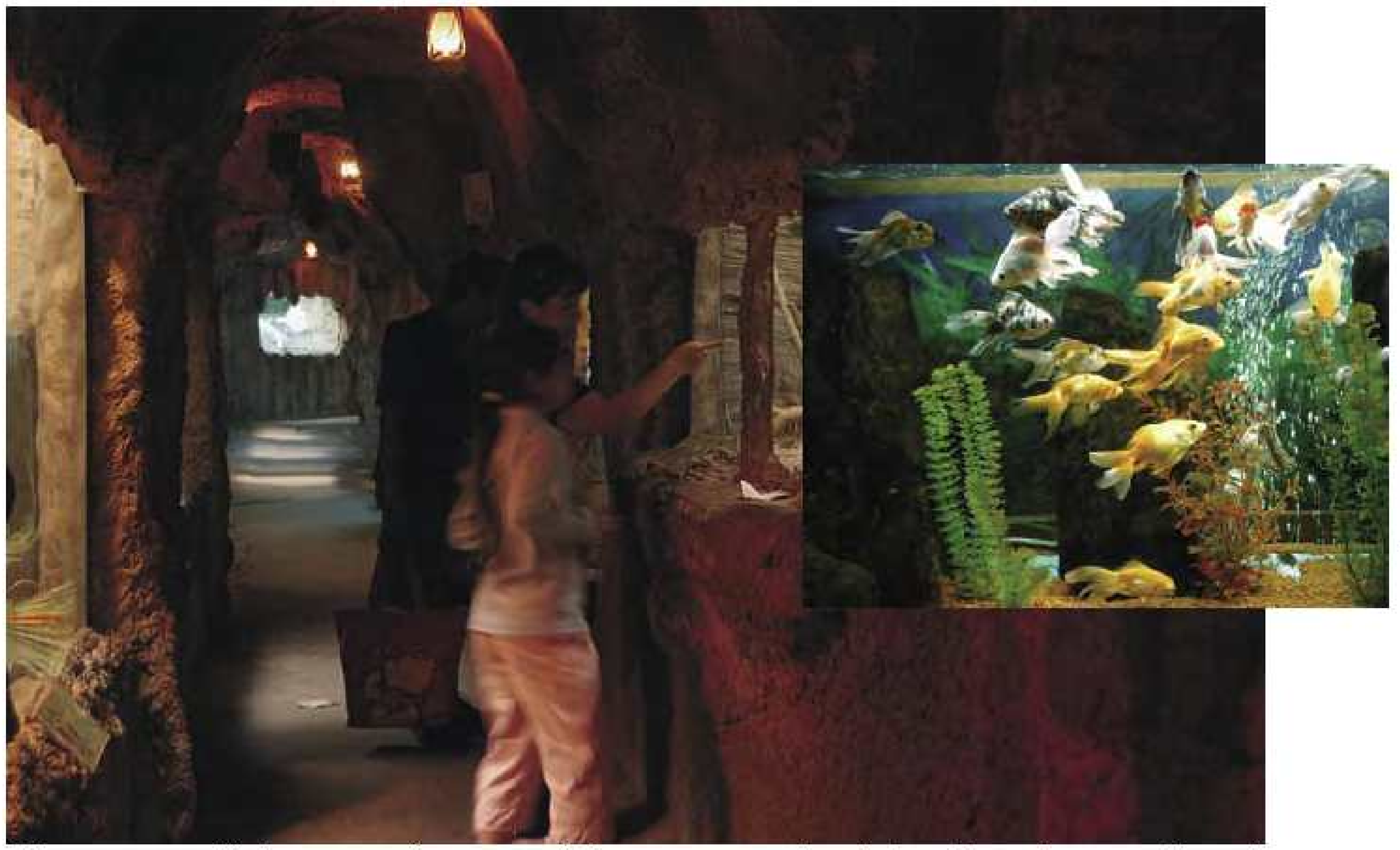


Asombra observar el manejo que muestra Ignacio Idalsoaga con los animales mientras recorre las diversas instalaciones del BuinZoo, del cual es su director y propietario. Acaricia y llama por su nombre a monos, ciervos, hipopótamos, leones y tigres. Y en un alarde de dominio absoluto, acepta la "invitación"- a través de gestos- de un enorme tigre de Bengala para jugar a las escondidas. Es un juego sorprendente entre este médico veterinario y la enorme bestia que en este acto muestra toda su "humanidad". El juego es verdadero. Idalsoaga se oculta tras un pilar, mientras el tigre –llamado Teodoro- lo hace detrás de un jeep que forma parte de la decoración del amplio espacio que ocupa el animal. Verdaderamente asombroso.

Es el rutilante presente del más grande y moderno zoológico de Chile y uno de los más importantes de Latinoamérica, ubicado a poco más de 30 kilómetros al sur de Santiago en un terreno que, primitivamente, fue un criadero de cerdos. En las 11 hectáreas que ocupa actualmente este parque, se han dejado atrás las jaulas, lo que ha tenido una positiva respuesta del público que está llevando a los zoológicos a ampliar los espacios disponibles para tratar de emular, en lo posible, el hábitat natural de los animales.

La singular historia del BuinZoo parte en el año 1980, cuando Ignacio Idalsoaga se recibe de médico veterinario y su padre, Manuel Idalsoaga, compra tres hectáreas de terreno que había pertenecido a una fábrica de cecinas, que había quebrado cinco años antes. La idea era continuar con la empresa familiar, pues su padre tenía una fábrica de cecinas. Para ello, Ignacio se había especializado en el tema en la universidad.

Tigre de Bengala, especie del continente asiático que sorprende por su pelaje blanco, existiendo también en color café.


El parque zoológico posee áreas temáticas con especies de los 5 continentes. Una de ellas son las cavernas donde se encuentran animales en su hábitat natural.



Paralelo al criadero, Ignacio y su esposa, Paula Ferrer, instalaron una clínica veterinaria para atender a los cerdos, pero empezaron a llegar muchos campesinos de la zona con animales autóctonos enfermos o dañados. Águilas, peucos, zorros, tiuques que el matrimonio curaba y luego dejaban en su hábitat natural. No obstante, algunos se empezaron a quedar, pues no podían reinsertarse en su medio y la gente que los había llevado no los iba a recoger. "Se empezó a correr la bola –no había más veterinarios en la zona- y cada vez llegaban más. Tratábamos de hacer lo mejor posible, pero no teníamos la experiencia en animales exóticos, no contábamos con las condiciones técnicas para cirugías ni otras especialidades, nos empezamos a quedar con búhos tuertos, águilas con las alas rotas, que no podían volver a la naturaleza, porque corrían un alto riesgo", recuerda este veterinario de 55 años y 10 hijos.

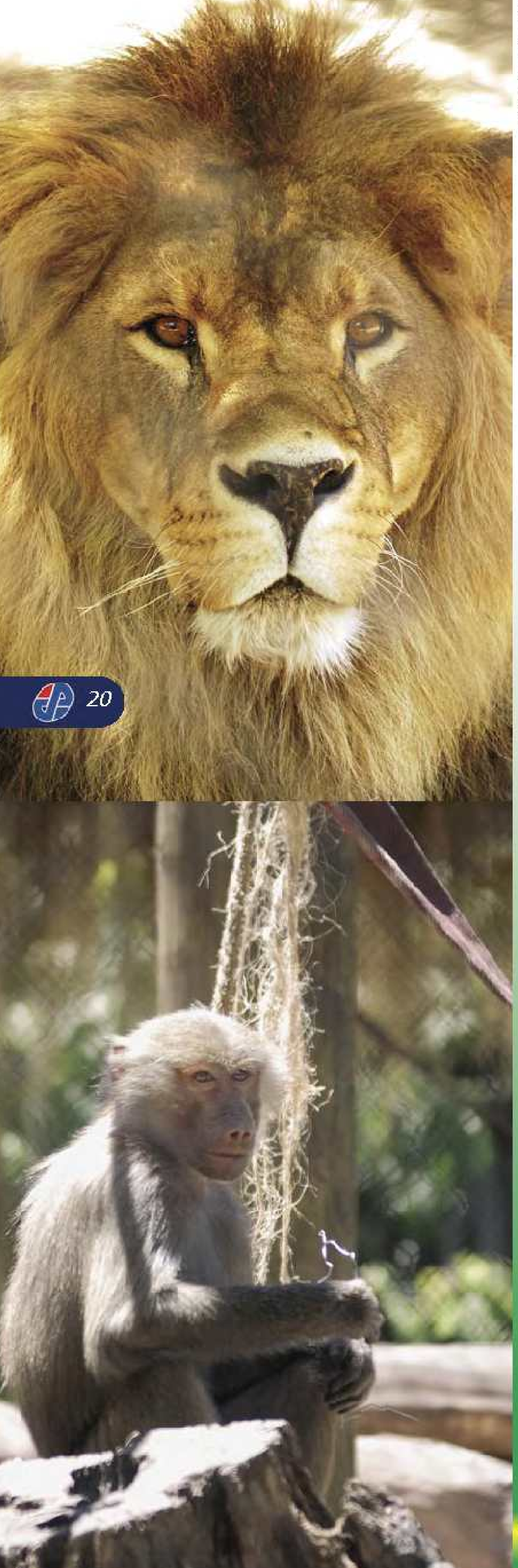
PRIMEROS PASOS

De este modo, el matrimonio Idalsoaga Ferrer da sus primeros pasos en la formación de su zoológico: construyen jaulas para mantener a los ejemplares dañados en cautiverio, lo que originó una pequeña muestra que era visitada por gente de Rancagua, Santiago y ciudades cercanas. El público, atraído por estas hermosas especies comenzó a hacer aportes voluntarios para su cuidado. Pronto se unieron a las aves otros animales. Hoy hay 2 mil ejemplares de 250 especies, lo que lo transforma en el zoológico privado más grande del país.

Se dieron cuenta, además, que la zona era muy turística, porque la gente paraba a comprar plantas o a visitar los numerosos criaderos de perros de los alrededores. En el lugar específico donde ellos estaban no había ningún restorán y "como que la gente seguía de largo". Así se les ocurrió, alrededor del año 84, construir un exhibidor de perros San Bernardo que los padres de Paula Ferrer habían importado desde Francia y eso fue el primer gancho interesante, porque eran los únicos de esa raza del país. También agregaron un pequeño lugar donde el público podía beber un café con un pedazo de kuchen.

Comenzaron a crecer, hasta que en 1998, el matrimonio viajó a México para perfeccionarse en el cuidado de los huéspedes que acogían en su Parque. El viaje les cambió la vida y, lo que allí vieron, les hizo comprender que los parques zoológicos se sustentan en cuatro pilares fundamentales: conservación, investigación, educación y recreación. En ese encuentro fueron elegidos como el zoológico con más proyecciones en Latinoamérica, por sobre el de Chapultepec, el de Buenos Aires y otros grandes. "Siempre he pensado que fue una cosa más afectiva que real, pero lo que aprendimos ahí nos cambió la perspectiva absolutamente. Aprendimos lo que era un zoológico moderno, con el mayor respeto por el hábitat de los animales y por la educación de los niños y la familia en general en este tema", reflexiona Ignacio Idalsoaga.


Mono americano.



El león africano es una de las más grandes atracciones del zoológico, tanto por su belleza, como por su imponente apariencia, conocido como el "Rey de la Selva".



Es así como oficialmente surge el Buin Zoo, donde hoy trabajan más de 100 funcionarios de jornada completa y 45 part-time, para atender a las crecientes visitas. El año pasado, recibieron a 560.000 personas. Además del zoológico, hoy mantienen el Parque de Asís, innovador concepto de cementerio de mascotas y un Hospital Clínico Veterinario, que funciona a través de un convenio con la Universidad Andrés Bello. A pesar que no era el objetivo, la creación del cementerio para mascotas resultó un tremendo golpe de marketing. La cobertura de los medios y, especialmente, de la televisión, fue inesperada y el Parque de Asís se transformó en el gran gancho turístico que hizo fijar la vista en los animales dañados y también en el café, que pronto se transformó en restorán.

PROGRAMAS EDUCATIVOS

Más de ciento treinta mil visitantes que llegan anualmente, son niños, que participan de los programas educativos. Para esto, existen diez conceptos y alternativas diferentes, que resultan ideales para los colegios, pues se adaptan a la edad y al nivel de educación de los estudiantes. "Nuestra misión es lograr que cada persona adquiera conocimientos, genere sentimientos y desarrolle conductas que beneficien a la naturaleza, en particular, y al medio ambiente, en general. Queremos apoyar, desde nuestra realidad, los objetivos de la educación ambiental y convertir a los animales del Buin Zoo en embajadores del mensaje de conservación", precisa el director.

Otro de los lugares que más disfrutan los pequeños es el Baby Zoo, establo donde hay distintas razas de animales domésticos como ovejas, cabras lecheras, cabras angora, conejos y cerdos. Todos andan sueltos para que los niños y niñas los toquen y puedan interactuar. Nadie se puede ir sin llevarse su "zoovenir", para eso existen dos tiendas donde pueden comprar un recuerdo de la visita a Buin Zoo. Una está al interior del parque frente al restaurante Los Alpes, y otra más grande que se encuentra a un costado de la entrada. También hay stand en el recorrido con agendas, peluches, animales de juguete, tazones, gorros, poleras, entre otros artículos.

ALIANZAS PARA CRECER

Para este año planean crecer en cuatro hectáreas y crear una sábana africana con jirafas incluidas y un acuario gigante. Como estos proyectos requieren una muy alta inversión, el director sostiene que el tema de las alianzas con empresas es clave para el desarrollo de los planes. Hasta el momento el parque tiene socios claves, como Bilz y Pap, Nestlé con Chocapic, y también en Laboratorios Bayer, pero le gustaría tener más alianzas, porque las necesidades del zoológico son casi infinitas y son pocos los zoológicos privados que logran ser rentables.

De allí que, a la espera de conseguir nuevos socios, el elefante es algo que tendrá que esperar: ellos viven en manadas de al menos siete ejemplares, lideradas por una hembra vieja, y tenerlos en un estado casi natural es algo que casi ningún zoológico del mundo puede hacer. Idalsoaga sostiene que sólo aceptará integrar un paquidermo cuando un circo quiera deshacerse de uno, y lo hará porque estará seguro de que le mejorará su calidad de vida.

"El Buin Zoo es nuestro aporte para dejar este mundo en mejores condiciones que cuando ingresamos a él", concluye Ignacio Idalsoaga quien, con su ejemplo, el de su familia y sus trabajadores, ha demostrado que si se puede hacer las cosas bien y no a medias.

Mono africano.

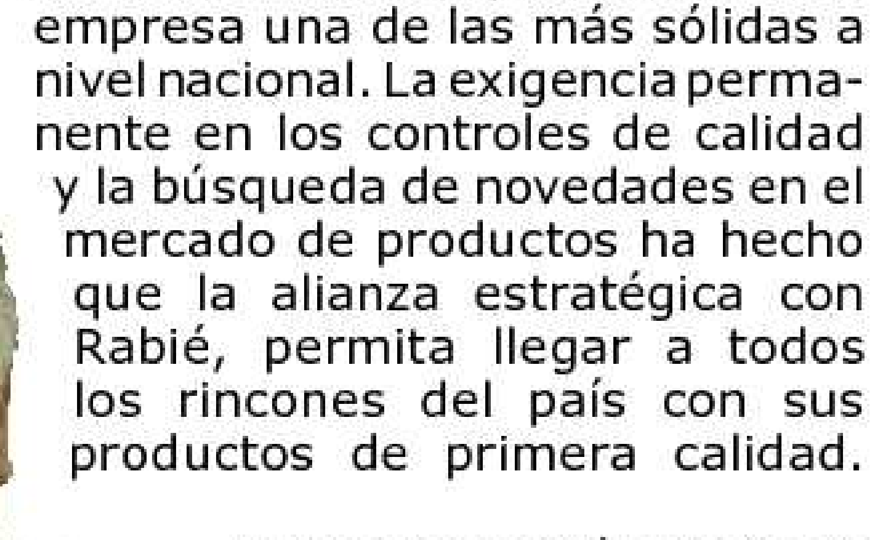
ASEGURADA DEMANDA DE MARISCOS
En Conserva Para Semana Santa

Como todos los años, la empresa Mar del Sur se ha preparado con antelación para asumir la demanda de mariscos en conservas que se produce para Semana Santa. Con un stock suficiente en bodegas, con cajas que en su interior contienen tarros de 190 gramos de cholgas, atún y choritos, la empresa importadora Mar del Sur espera cubrir la demanda que este año, especialmente para Semana Santa, tendrán para toda su línea de mariscos. Así lo expresa Jaime Iglesias, representante de Mar del Sur en Distribuidora Rabié.

Según Iglesias, para estas fechas doblan el stock de venta. Con esta medida, buscan facilitar al cliente la necesidad de abastecimiento que se incrementa de manera sustancial.

Mar del Sur, es una compañía que trabaja en conjunto con Rabié y que, a lo largo de los años, se han consolidado en diversas categorías. Un sólido staff de profesionales, instalaciones de primer nivel, una amplia cobertura nacional y una excelente propuesta en los canales de comercialización, hacen de esta empresa una de las más sólidas a nivel nacional. La exigencia permanente en los controles de calidad y la búsqueda de novedades en el mercado de productos ha hecho que la alianza estratégica con Rabié, permita llegar a todos los rincones del país con sus productos de primera calidad.

El foco hoy está puesto en la demanda de mariscos en Semana Santa, la que esperan sortear sin problemas y para la cual se vienen preparando desde diciembre de 2008.





Jaime Iglesias, representante de Mar del Sur en Distribuidora Rabié.

¿Cuál es la historia de su relación con Rabié?

Existe una alianza estratégica entre Mar del Sur y Rabié. Nuestros productos, no siendo una marca propia de Rabié, se les considera como tal pues es al único cliente al que se les vende. Trabajamos en forma exclusiva para ellos. Esta alianza funciona desde hace unos ocho años y nosotros les entregamos a la distribuidora en sus tres centros de distribución.

¿Qué acuerdos hay en esta alianza?

Principalmente entregar precios competitivos al canal tradicional. Además, siempre estamos en permanente contacto con ellos y participando en diversas promociones. Ahora en Semana Santa, estamos muy preocupados de lo que es atún y mariscos. La idea es cubrir todo el mercado, con precios convenientes.

¿Cómo es el comportamiento de la oferta actual de mariscos?

Cada día hay menos competencia en el mercado del marisco. Hoy son cuatro marcas las que están y ahí nos manejamos. Para estas fechas, los márgenes son muy bajos. Así Rabié puede estar en el mercado a un precio competitivo y que nadie nos pueda ganar.

¿Y el "efecto crisis", se nota en este rubro?

El único lugar donde la crisis no se nota es en el estómago (ríe). Asimismo, el concepto que existe en la gente es de que en Semana Santa hay que comer pescados o mariscos, independiente que se puedan consumir muchos otros productos. Toma en cuenta que antiguamente el concepto de Semana Santa era hacer ayunos y entonces, la base de la alimentación radicaba en la carne. Por eso el ayuno se fue transformando en no comer carne ¿y de qué manera se reemplazó?, a través del pescado y los mariscos.

¿Cómo se preparan para paliar la demanda en Semana Santa?

Nuestro stock se dobla en esta época y para paliar el incremento de la demanda en la fecha nos preparamos con meses de anticipación. Es decir, en diciembre nosotros ya estábamos trabajando en función del período santo. En nuestro caso, compramos el marisco, se elabora en los tarros y éstos deben quedar guardados por período de tiempo en caso que presenten algún problema. De todas formas, nuestros controles de calidad están al más alto estándar.

¿Qué actividades de motivación para vendedores realizan?

Participamos en el "full mix", que es una instancia donde le ponemos metas a los vendedores, en el área venta, mix (surtido completo de los productos) y en cobertura. Si ellos cumplen esos parámetros, los vendedores ganan un premio en dinero. Existen distintos porcentajes en el premio de acuerdo a la meta.

Pascua de Resurrección

UNA FIESTA De Alegría y Color



Empresas Carozzi, con sus marcas Ambrosoli y Costa, junto a Distribuidora Rabié, abastecen al comercio detallista con una amplia variedad de huevitos de pascua, que harán la delicia de los niños.

El Domingo de Resurrección o Domingo de Pascua es la fiesta más importante de la cristiandad, es la que le da sentido a la religión, pues se conmemora a Cristo resucitado. Pero, junto con la fiesta religiosa, los niños tienen su celebración especial, una verdadera fiesta de alegría y color con huevos de chocolate y lindas canastas, tradición ineludible en nuestro país.

Se regalan huevos, ya que estos simbolizan la vida nueva y en este día, los cristianos se alegran porque Jesús ha resucitado. Así es como los menores buscan los huevos de chocolate en el jardín o en los pasillos del hogar. Las enseñanzas cristianas dicen que los hombres deberían buscar de igual forma a Dios en sus vidas.

En nuestro país, la Pascua de Resurrección tiene una relevancia importante en el comercio minorista. Si se observan las estadísticas especializadas, tenemos que los chocolates de Pascua dentro del mercado de chocolates en Chile es, en volumen, alrededor de 1.450 toneladas y en valor, 10.5 millones de dólares al año.

Nelson Puebla Alonso, asistente de marketing de productos estacionales de Carozzi, precisa que el 65 por ciento de esta cifra corresponde a la participación del mercado total de sus marcas Ambrosoli y Costa.

El ejecutivo indica que con Distribuidora Rabié, Empresas Carozzi trabaja con un importante mix de productos que "incluye alternativas altamente rotadoras y variadas". "En general" – agrega Puebla- "los productos de mayor venta en esta festividad son las bandejas de huevitos y con Rabié distribuimos principalmente este tipo de artículos, pasando desde las tradicionales bandejas de 25, 50 y 60 unidades, hasta alternativas diferenciadas como nuestra bandeja Princesas de Disney y uno de nuestros lanzamientos de este año, la bandeja Costa de 20 huevitos rellenos de 9 grs., especialmente diseñada para este canal".

¿Cuáles son las novedades que Carozzi trae este año para la Pascua de Resurrección?

"Este año tenemos preparados varios lanzamientos para esta festividad. En el caso de nuestra marca Costa tendremos dos variedades de conejos de 60 grs. Uno de ellos será un conejo con relleno Carezza del mismo nombre y el otro será un conejo macizo de 60 grs. también con pasta de chocolate Bambino. En el caso de Ambrosoli, también tendremos un conejo de 60 grs. con la tradicional pasta de chocolate de leche Ambrosoli, además de una renovada bandeja de huevitos sin azúcar, con una nueva fórmula de exquisito sabor.

En Ambrosoli lanzaremos además productos con licencia Disney. Uno de ellos es una paleta con huevos para colorear y comer con diseños Art Attack y Princesas. Además, hemos agregado dos diseños a nuestros tradicionales huevos de 70 grs. en estuche: Hadas y Toy Story".

¿Cuáles son las características principales de los chocolates Ambrosoli y Costa?

"Nuestros productos son elaborados bajo estrictas normas de fabricación y con las mejores materias primas para asegurar la calidad y el sabor característicos de nuestras marcas y que nuestros clientes reconocen y premian con su preferencia. Todos nuestros productos son elaborados con chocolate de leche y no con materiales alternativos o sucedáneos. Adicionalmente, nos hemos preocupado de revisar nuestras formulaciones año a año, para ofrecer productos más saludables y bajos en grasas.

¿Qué importancia tiene el comercio tradicional para la venta de estos productos específicos?

"Gran parte de la venta de Pascua de Resurrección y de las estacionalidades en general, se realiza en el canal supermercados. Sin embargo, desde hace algunos años hemos observado la creciente importancia que ha ido tomando el canal tradicional en el total de la facturación, pasando de un 5% hace poco más de 10 años a casi un 44% en las últimas temporadas. Esto es el resultado del trabajo en conjunto que hemos realizado con nuestros clientes del canal tradicional, en quienes confiamos y de los cuales esperamos mantengan esta favorable tendencia".



Nelson Puebla, asistente de marketing de productos estacionales de Carozzi.

EL PODER DE LA RISA

El humor está lejos de ser un mal chiste en medicina. Los profesionales de la salud reconocen la importancia de la risa no sólo sobre el estado mental, también para reducir el dolor y estimular el sistema inmunológico.

El actor y comediante norteamericano Groucho Marx decía que la risa es el mejor invento de la humanidad. Miles de años antes del genial artista cómico, algunos de los grandes filósofos de la antigua Grecia, ya se tomaron muy en serio la risa. Sócrates dijo que "la alegría del alma forma los bellos días de la vida", mientras que Aristóteles definía la risa como "un ejercicio corporal valioso para la salud". Hoy, reír es tan necesario como dormir bien, llevar una vida saludable o practicar deporte. Pero la monotonía diaria, la rutina laboral y el aburrimiento doméstico consiguen que sonreír sea una quimera o una acción relegada únicamente para los momentos de ocio.

Cuando reímos, el cerebro emite una información necesaria para activar la segregación de endorfinas, conocidas como hormonas de la felicidad, encargadas de estimular los centros de placer de nuestro organismo. Estas sustancias, que poseen unas propiedades similares a las de la morfina, tienen la capacidad de aliviar el dolor, e incluso de enviar mensajes desde el cerebro hasta los linfocitos y otras células para combatir los virus y las bacterias. Las endorfinas desempeñan también otras funciones entre las que destaca su papel esencial en el equilibrio entre el tono vital y la depresión. De ellas depende algo tan sencillo como estar bien o estar mal. Como se puede comprobar, aprender a reír es algo más importante de lo que parece a simple vista.



Owen Korn, cirujano del Hospital Clínico de la Universidad de Chile.

El humor está lejos de ser un mal chiste en medicina. Por eso, los profesionales de la salud reconocen cada vez más la importancia de la risa no sólo sobre el estado mental, sino también como una buena estrategia para reducir el dolor, estimular el sistema inmune y promover el bienestar en los pacientes, entre otros beneficios.

El pediatra norteamericano Patch Adams fue uno de los primeros que creyó en el poder de la risa, y que aplicó sus creencias en un hospital. Hoy existe una fundación que lleva su nombre, cuyos voluntarios visitan a enfermos de todas las edades para hacerlos sonreír, pese a su condición.

REIR PARA REJUVENECER

Según estudios científicos la risa y la carcajada aportan múltiples beneficios: rejuvenecen; eliminan el estrés, las tensiones, la ansiedad, la depresión, el colesterol; adelgazan; ayudan a combatir los dolores, el insomnio, los problemas cardiovasculares, respiratorios y en general, cualquier enfermedad. Hoy, son cada vez más los talleres, las charlas y las terapias de grupo que se dedican a "contagiar" la risa como una poderosa arma de prevención y de curación de enfermedades alrededor del mundo, siempre con el apoyo de la comunidad científica.

En nuestro país, diversos hospitales reconocen las cualidades positivas del reír, por eso grupos de voluntarios realizan visitas periódicas a los pacientes internos con el fin de mejorar su ánimo y actitud ante su enfermedad. En el caso de los niños con cáncer, está comprobado que la risa estimula su sistema linfático, colaborando en los tratamientos que ayudan a aumentar las defensas de su organismo a fin de evitar el contagio de otras enfermedades simples como un resfrío.

Pero no sólo aquellos que padecen alguna enfermedad se ven beneficiados al reír. Según los médicos, la risa limpia y ventila los pulmones, oxigena el cerebro, regulariza el pulso cardíaco, pone a trabajar el sistema digestivo, relaja los músculos tensos y rebaja la presión de la sangre, además de ayudar a quemar calorías.

TERAPIA DE LA RISA

El doctor Owen Korn, cirujano del Hospital Clínico de la Universidad de Chile, es un convencido en la importancia del uso del humor como

terapia para aliviar la carga de pacientes hospitalizados, especialmente niños. Hace diez años introdujo en dicho establecimiento asistencial un programa especial de "terapia de la risa" destinado especialmente para los niños hospitalizados. "La risa es más que una simple actividad bucal o muscular", -sentencia el doctor Korn-, "es el opuesto fisiológico al llanto y requiere para su concreción el efecto coordinado de 15 músculos. De hecho, una buena carcajada involucra una respuesta corporal que provee a un paciente que yace en cama o silla de ruedas de cierta actividad física y ejercicio. Además, otorga un estado de relajación que puede romper el ciclo: espasmo y dolor que se da en algunos enfermos y ayuda a estimular la actividad cardiaca y pulmonar".

Un programa similar, denominado "Doctores Nariz Roja", se desarrolla en la clínica Santa María y en diversos hospitales públicos del Area Metropolitana. El objetivo de esta iniciativa es participar activamente en la recuperación de los niños a través del mejoramiento de su estado anímico. Se empezó con estas visitas en diferentes establecimientos públicos de salud. Esta idea se puso en marcha con el apoyo de Laboratorio Chile, cuyo visitadores médicos han recibido una capacitación integral en áreas como la sicología, actuación y risoterapia. Para ello, visten delantales de colores, se acompañan de globos, instrumentos musicales y títeres, además de caracterizarse con la tradicional nariz roja que los representa.

EFECTOS FÍSICOS DE LA RISA

El fenómeno del humor y su consecuencia más visible, la risa, han sido estudiados por filósofos y científicos. Reír es una manifestación concreta de procesos cerebrales producidos por factores químicos y por otros afectivos. Una carcajada une, por decirlo así, el cuerpo con el espíritu. Por eso es tan beneficioso reír y hay países en los que se celebra la risa en comunidad como terapia para prevenir enfermedades. ¿Sabía usted que reírse quince minutos por día es bueno para el sistema vascular?. Estos son algunos de los aspectos más importantes de la risa:

Ejercicio: con cada carcajada se ponen en marcha cerca de 400 músculos, incluidos algunos del estómago que sólo se pueden ejercitar con la risa.
Limpieza: se lubrican y limpian los ojos con lágrimas. La carcajada hace vibrar la cabeza y se despeja la nariz y el oído. Además, elimina las toxinas, porque con el movimiento el diafragma produce un masaje interno que facilita la digestión y ayuda a reducir los ácidos grasos y las sustancias tóxicas.
Oxigenación: entra el doble de aire en los pulmones, dejando que la piel se oxigene más.
Analgésico: durante el acto de reír se liberan endorfinas, los sedantes naturales del cerebro, similares a la morfina. Por eso, cinco o seis minutos de risa continua actúan como un analgésico. De ahí que se utilice para terapias de convalecencia que requieren una movilización rápida del sistema inmunológico.
Rejuvenecedora: rejuvenece al estirar y estimular los músculos de la cara. Tiene, además, un efecto tonificante y antiarrugas.
Previene el infarto: el masaje interno que producen los espasmos del diafragma alcanza también a los pulmones y al corazón, fortaleciéndolos.
Facilita el sueño: las carcajadas generan una sana fatiga que elimina el insomnio.



REMEDIO INFALIBLE

Decía un rey de la antigüedad: "Anoté diariamente mis pesares, y cuando los releí al cabo de pocos años, me movieron a risa, en vez de arrancarme lágrimas".

No conseguir alegría es perderlo todo (Robert L. Stevenson).

Alegría y amor son las alas de las grandes empresas (Wolfgang Goethe).

No puedes evitar que los pájaros de la tristeza vuelen sobre ti, pero debes evitar que anden en tu cabello (Proverbio chino).

El corazón alegre es capaz de caminar todo el día. El corazón insensible a la alegría se cansa al cabo de una hora (William Shakespeare).

Una persona sin sentido del humor es como un coche sin amortiguadores: salta de dolor con cada piedra en el camino (Henry Ward).

...el anciano rió estentórea y gozosamente, agitando su anatomía de la cabeza a los pies, y terminó diciendo que aquella risa era dinero, pues disminuía las cuentas del médico (Mark Twain, en "Tom Sawyer").

Voltaire dijo que el cielo nos había dado dos cosas para equilibrar las numerosas desgracias de la vida: la esperanza y el sueño. Podría haber añadido la risa (Immanuel Kant).

Mucha gente cree, dice el comediógrafo francés Marcel Achard, "que para triunfar basta con levantarse temprano. No: es necesario también levantarse de buen humor".

La persona que hace todo lo posible para que la felicidad dependa de si misma y no de los demás, ha adoptado el mejor plan que existe para vivir feliz (Platón).

Rabié Ahora le Entrega Una Factura Electrónica



*El explorador de Microsoft® le permite crear un correo electrónico gratuito, visitando páginas web como **www.hotmail.com**, **www.yahoo.com** o **www.gmail.com** de Google®, en cualquier computador conectado a Internet.

Distribuidora Rabié, a la vanguardia de nuevas tecnologías,incorpora el servicio de Facturación Electrónica, al que puede suscribirse con su correo electrónico y revisar en cualquier computador conectado a Internet. Verificar sus pedidos de manera rápida y eficiente; y brindar una atención de calidad a sus clientes.

Consultas al fono: 42-200 500

Correo Facturación Electrónica: contacto@rabie.cl



*El uso de las marcas relacionadas a la creación de un correo electrónico en Internet, no tiene fines comerciales, sino didácticos. Las cuentas de correo electrónico, creadas a través de Internet, garantizan seguridad y privacidad de su información. Internet Explorer y Hotmail son Marcas Registradas por Microsoft. Yahoo® y Google® son buscadores de contenidos en Internet.


AMIGO COMERCIANTE
Aumente sus Ventas con
MANDALAY
Arroz
MANDALAY
Grano Largo
PIÑA EN
Rodajas
Aceite Vegetal
Azúcar
Poroto Tórtola
MANDALAY
Lentejas
MANDALAY
6 mm
Arroz
MANDALAY
Grano Largo
1
1 KILO NETO
MANDALAY
170g Peso Neto
120g Peso Drenado
Atun
LOMITOS EN ACEITE
MANDALAY
170g Peso Neto
120g Peso Drenado
Atun
DESMENUZADO EN ACEITE
Con la calidad de los productos exclusivos de Distribuidora Rabié.
Consulte disponibilidad a su vendedor Rabié.
DISTRIBUIDORA RABIE
El servicio que recorre Chile

UNA CARRERA
Hacia La Locura

Para los pilotos, el Rally París-Dakar lo es todo: "es una carrera, una aventura, una guerra, una pasión pura", sostienen quienes deben pagar 12 millones de pesos por participar.

Es una locura total, en medio del desierto más árido del mundo, el calor es insoportable, las motos corren a más de 150 kilómetros por hora, venciendo gigantescas dunas y provocando una estela de arena que no deja ver nada. Tras ellos los camiones, gigantescos camiones, de esos que se ven en las películas de ciencia ficción, que arrasan con todo a su paso. Es por ello que una serie de organizaciones ambientalistas se opusieron a que la versión latinoamericana del famoso Rally Paris-Dakar, se realizara en nuestros países. Igual se hizo y se comprobó que tanto en Chile como en Argentina son millones los admiradores de esta singular competencia.

"Llevo 34 años en el mundo del automovilismo y aún no entiendo lo que sienten los que participan en esta competencia. Aunque es una de las carreras más importantes del planeta no le encuentro lógica. Es terrible. La gente normal no se la imagina", reflexiona Eliseo Salazar tras participar sin mayor éxito en la dura prueba.

Carlos de Gavardo es un veterano en estas lides, aunque esta vez dejó la moto para correr en auto: "esto no se lo puede imaginar nadie sino hasta que participa. Es una carrera, una aventura, una guerra".

El argentino Eduardo Alan, quien reconoce que esperó casi 30 años para participar en esta competencia, dice no creer que la prueba sea una locura: "No, no es una locura, esto es mucho más que eso, es pasión pura".

El diario oficial de El Vaticano, el "L'Osservatore Romano", dijo del Dakar que es "una carrera hacia la locura".

Cientos de pilotos y máquinas son los protagonistas de este evento deportivo-turístico, considerado el más espectacular del planeta, con varios miles de participantes directos y organizadores, con decenas de miles de espectadores que se agolparon en las rutas y lugares de paradas y millones de televidentes de todo el planeta que siguieron la competencia desde su lugar de residencia.

LA GRAN AVENTURA

Pero, ¿en qué consiste esta competencia-aventura que tanta pasión y entusiasmo provoca?.

Más que una simple carrera de velocidad, el Dakar exige capacidades de navegación fuera de pista, y calidades de regularidad. En rally raid, prima la resistencia y el menor error se paga caro. Esta mezcla de rigor físico y de exigencia técnica, seduce desde hace 30 años a campeones provenientes de diferentes deportes, todos deseosos de confrontarse y medirse en esta prueba tan diferente.

El Paris-Dakar es una carrera específica por etapas de vehículos motorizados -coches, camiones y motos- que se celebra anualmente entre la capital francesa (aunque el lugar de inicio ha variado en algunas ocasiones) y las playas de la capital de Senegal, con un recorrido que en su mayor parte atraviesa el desierto del Sahara. Está considerada la prueba de rallys más dura del mundo y tiene un gran componente de aventura que hace imprescindibles en sus participantes la preparación y motivación necesarias para afrontar todo tipo de dificultades, más allá de las propias de una competición automovilística.

La prueba fue fundada en 1979, después de que el piloto Thierry Sabine se perdiera en el desierto y considerase su experiencia digna de ser reproducida en una competencia. Lo que empezó como una aventura

en estado puro, sin organización, ha evolucionado hasta convertirse en un gran despliegue tecnológico, con más de dos mil personas implicadas entre organización, participantes y asistencia. Hasta 2008, durante el tiempo que duraba la prueba, llevaba a los corredores desde alguna ciudad europea, hasta la ciudad de Dakar, Senegal. Durante muchos años partió en París, pero desde 1995 ha ido cambiando su lugar de inicio por otras ciudades (Granada, Lisboa), fundamentalmente por motivos publicitarios o políticos, ya que la verdadera competición no comenzaba hasta que se entraba en el continente africano.

El "Dakar" también es un negocio, y un negocio muy rentable. Cada competidor paga más de 12 millones de pesos chilenos sólo por participar. Asistencia, viajes, seguros, entre otros gastos, van aparte. Si estos números los multiplicamos por 600 competidores, el monto total no es ningún juego: genera 300 millones de euros de utilidad a sus organizadores.

"CHALECO" LOPEZ

Francisco López heredó su afición por las motos de su padre. También el apodo "Chaleco" que proviene de la costumbre de su padre de competir usando un chaleco de lana, a modo de protección. Nace en 1975 en Teno, Curicó, Región del Maule. A los cuatro años comienza a pilotar motos, mientras cursa la enseñanza básica en la Escuela Monseñor Manuel Larraín de Curicó, motivado por su padre, Renato López, quien competía y fue tres veces campeón nacional de motocross a comienzos de los años 80.

López obtuvo su primer título en 1989, al convertirse en Campeón Latinoamericano de Motocross categoría 85 cc. Desde entonces, ha sido cinco veces campeón nacional en 125 cc. y otras cinco en 250 cc.

También defendió a Chile en el Internacional Six Days de Enduro en Francia 2001, Brasil 2003 y Chile 2007, y un año antes compitió en el Rally Cross Country, obteniendo el título Mundial en la categoría 450 cc., con los colores de Honda Racing Chile (2006). Este título le valió una felicitación de la Presidenta de la República y la designación de Ciudadano Honorario de Curicó.

A mediados de 2007 fue fichado por KTM Racing Team, el mejor equipo del mundo en esta especialidad.

Desde sus inicios en este deporte, Francisco López se ha destacado no sólo por su eficiencia deportiva, sino también por su sencillez, simpatía y su infinita paciencia con los niños que desde siempre lo han visto como un ídolo. "Chaleco" se da todo el tiempo que sea necesario para pasear en su moto a los chicos de Teno, lo que lo ha transformado en un deportista querido y admirado.



Francisco "Chaleco" López, un piloto apasionado por la aventura.

Por eso es que su participación en el Paris-Dakar, versión Chile-Argentina, fue seguida con singular simpatía por miles de chilenos que poco o nada saben de este tipo de competencias.

El piloto chileno partió mal y tuvo problemas de neumáticos en las primeras etapas disputadas en Argentina. En la séptima jornada, sin embargo, logró el objetivo de adjudicarse el tramo entre Mendoza y Valparaíso. Su meritoria actuación le vaticinaba un lugar expectante al término de la competición. Era uno de los favoritos.

La mala fortuna, sin embargo, lo dejó fuera de carrera en la penúltima etapa cuando su moto se rompió luego de una caída en el kilómetro 100 de la especial cronometrada que se desarrollaba entre La Rioja y Córdoba, Argentina.

Francisco López realizó un análisis de su participación en el Dakar, indicando que, a pesar de los múltiples problemas que debió enfrentar, pudo demostrar que está a un buen nivel, por lo que espera retornar en la próxima edición.

"La sensación es una lata, porque quería terminar la carrera, venía bastante bien y lamentablemente se rompió el motor. Creo que en esta competencia siempre fui doblándole la mano al destino, pero así son las carreras, lo que me dejó contento es que demostré que estoy a buen nivel, que puedo seguir luchando. Me quedó claro que tengo mejor nivel del que creía. Todos los pilotos son ganables,a ratos les gané a todos. Por eso, al próximo Dakar voy a ir con un equipo bien estructurado, ultra profesional, para que me ayude a ganar la carrera.

NovedadesRabié

Don Lucciano, Exclusivos de Distribuidora Rabié.



Chile Merken Ahumado al Ajo
400x5 BOL

Spaghetti Don Lucciano
400grsx30

Tallarin Don Lucciano
400grsx30



Espirales Don Lucciano
400grsx30

Corbatas Don Lucciano
400grsx30



Poroto Tórtola Banquete
500Gx10







Lenteja 6mm Banquete
500Gx10

Arvejas Verde Partida
Banquete 500Gx10

Garbanzos Sin Piel Banquete
500Gx10





Cera Crema Incolora 360ccx1
Doypack

Cera Crema Amarilla 200ccx1
Doypack

Cera Crema Amarilla 360ccx1
Doypack









Cera Crema Tierra Color
200ccx1 Doypack

Cera Crema Tierra Color
360ccx1 Doypack

Cera Crema Roja 200ccx1
Doypack

Cera Crema Roja 360ccx1
Doypack

Deleite su paladar...



Luz Valdivieso, recrea a Sol Costa.

Ricardo Fernández, encarna a Martín Pells.

La ambiciosa Franca Andrade es encarnada por Claudia Di Girolamo.

La apuesta de TVN, recrea el ambiente de la Televisión y los enredos que a partir de él se generan. Una fórmula que ha tenido un éxito impresionante en Argentina.

LA TV POR DENTRO Y EL MUNDO DE LAS ENCUESTAS

En Guerra de Teleseries

Canal 13 y Televisión Nacional afinan sus baterías para librar una nueva batalla del rating: "Los Exitosos Pells" y "Cuenta Conmigo, Te Quiero a Morir", son los rivales.

Aunque Chilevisión amenazó con intervenir en la "Guerra de las Teleseries" con una historia de médicos, finalmente decidió postergar su participación en la lucha por la preferencia del televidente hasta mayo próximo. De este modo, la competencia por el horario vespertino se centralizará en los ya conocidos rivales: Canal 13 y Televisión Nacional. Para la televisión, el horario de 20 a 21 horas, es clave. Es allí donde se juega el presupuesto publicitario para el año. Quien gana en rating (sintonía) se lleva el grueso de la "torta" publicitaria, es decir, la mayor cantidad de avisos que se traduce en centenares de millones de pesos. Veamos quienes serán los protagonistas de esta nueva batalla por la rating:

TVN: "LOS EXITOSOS PELLS"

Martín Pells lo tiene todo: fama, dinero, una hermosa mujer y una popularidad con la que siempre soñó. Es sin duda el conductor de TV más famoso e influyente del país. Gonzalo Redolés, en cambio, está en la ruina, trata de sacar adelante sus clases de teatro que no le alcanzan para vivir. Es un fracasado.

Pero el que podría haber sido un accidente fatal será la oportunidad que Gonzalo necesitaba para doblarle la mano al destino. Una noche de lluvia se cruzará con Franca Andrade (Claudia Di Girolamo), la manipuladora e inescrupulosa dueña de la cadena de noticias TV News. Entonces, "supuestamente", sus sueños comenzarán a cumplirse. Y el primero de ellos será el amor. Porque desde el minuto en que Gonzalo Redolés acepta suplantar al lector de noticias más popular del país luego de su imprevista desaparición, conocerá a Sol Costa, la glamorosa esposa de Martín Pells y conductora más chic de la TV, de quien se enamorará perdidamente.

Los enredos de la historia, que es una comedia, parten cuando Pells queda fuera de circulación por un buen tiempo y, gracias a las maquinaciones del rol de Di Girolamo, es reemplazado por una actor idéntico a él: Gonzalo, que no tiene idea que en la vida real Pells es gay y que su matrimonio con Sol Costa (Luz Valdivieso) es sólo una pantalla.

La apuesta del canal estatal es protagonizada por Ricardo Fernández, quien realiza dos personajes (Martín Pells y Gonzalo Redolés) y Luz Valdivieso. Con esta obra, que ha tenido un impresionante éxito en Argentina, Televisión Nacional intentará quedarse con los esquivos puntos de rating, con las aventuras de un farandulero y exitoso matrimonio conductores de noticias que trabajan para el canal de la ambiciosa Franca Andrade. Este personaje, interpretado por Claudia Di Girolamo, es la dueña de un canal de TV, dama del rating y el glamour. Un rol fashion, con el peinado de Amy Winehouse, pero con el carácter temible de Meryl Streep en "El diablo se viste a la moda".

Claudia Di Girolamo está feliz en las alturas. Se mueve con soltura y elegancia sobre tacos de 13 centímetros y le suma a ellos los casi 4 centímetros extra que logra con el moño, estilo Amy Winhouse, con el que decidió vestir al personaje que lleva el decidor nombre de Franca. El tema de querer verse más alta no es un simple capricho, responde a la lógica de un personaje al que todos temen, veneran, respetan y envidian, al que hay que literalmente mirar hacia arriba. Ella en su calidad de exitosa empresaria, dueña de un canal de televisión, es uno de los ejes claves en el que se mueve la trama de "Los exitosos Pells", en el que será una mujer descrita como "sofisticada, adicta al rating, glamorosa y amante

de la buena vida" y para quien su mayor posesión es el poder que ocupa en el mundo de las comunicaciones.

"Las expectativas son las mejores, hablar de un canal de TV es un muy buen tema, sobre todo teniendo la referencia de CHV y Mega que son canales privados, que tienen dueño con nombre y apellido. A eso hay que sumar que TVN está a punto de estrenar un canal de noticia y que ya partió CNN Chile. Todos sabemos que al público le interesa mucho saber qué pasa dentro de un canal de TV", refiere Di Girolamo.

No acepta el juego de las comparaciones porque si bien ella es pareja del director de programación de TVN, Vicente Sabatini, señala que no hay ninguna inspiración directa.

"Nuestra historia se ambienta en un canal privado que tiene otras características, nada que ver con TVN, no se les pueden comparar por nada. Sí admite que "inevitablemente habrá cosas que la gente va a reconocer y no me parece malo que eso ocurra, pero no creo que esta ficción cree conflictos con alguien".

"CUENTA CONMIGO, TE QUIERO A MORIR"

Es el título de la teleserie con la que canal 13 afrontará la guerra cuyas primeras escaramuzas podrán verse en la pantalla chica a partir de las primeras semanas de marzo. El nombre de la obra fue sacado de un concurso que, a través de internet, realizó Canal 13 y que tuvo más de 30.000 nombres propuestos y la participación de más de 400 mil personas.

Canal 13, para esta teleserie, volvió a reunir a Carolina Arregui y Bastián Bodenhofer quienes, a comienzos de los años 80, protagonizaron la exitosa "Angel Malo", donde la actuación de Bodenhofer, en el último capítulo, fue catalogada como notable por la crítica periodística.

Esta vez, en la nueva propuesta de Canal 13, la consagrada pareja de actores también protagonizarán una historia de amor.

Hace 20 años, Camilo Sarmiento (Bastián Bodenhofer), recién titulado de sociología; y Josefina Alcántara (María Izquierdo), una joven licenciada en literatura, tenían tres metas en la vida: amarse para siempre, recorrer el mundo y no tener hijos. Cuando se cansaran de viajar volverían a Chile, él para trabajar como servidor público y ella ciento por ciento dedicada a la escritura.

Pero las cosas casi nunca salen según lo planeado y antes de que se dieran cuenta, empezaron a llegar los hijos. Primero fue Bárbara, luego Cristóbal, Rosario, Sofía, Felipe y finalmente los mellizos, y juntos formaron una familia extravagante, en la que cualquier cosa es posible.

Obviamente, para mantener este familión, los viajes y el servicio público quedaron de lado; y su lugar fue ocupado por la tercera pasión de Camilo: Media Link.

Ana María Rojas (Carolina Arregui) es la secretaria ejecutiva de Media Link, empresa que se dedica a los sondeos de mercado y encuestas, cuyo dueño es "Camilo Sarmiento" (Bastián Bodenhofer), de quien "Anita" está -en secreto- perdidamente enamorada.

"Anita" también lleva la agenda personal y familiar de su jefe. Por otro lado, "Josefina" (María Izquierdo), la esposa de "Camilo", ante un diagnóstico de cáncer, cree tener sus días contados, por lo que decide encontrar antes de su muerte, y con la ayuda de la eficiente "Anita", a la mujer que la reemplazará con "Camilo" y sus siete hijos cuando ella ya no esté.

En tanto, "Camilo" ve el mundo y los comportamientos a través de los datos estadísticos. Sin embargo, su vida y su propia familia son la negación flagrante de todas sus predicciones científicas.

Con el tiempo, "Anita" se ha acostumbrado también a interpretar su propia realidad según las encuestas y los sondeos estadísticos y se rige por ellas para organizar el trabajo, para catalogar a la gente, para seducir y para planificar su vida, muchas veces con buenos resultados.

El conflicto se establece cuando "Anita", presionada y empujada por "Josefina", se atreve a conquistar a "Camilo", quien poco a poco comienza a ceder ante el avance de su secretaria.

El mismo día que "Anita" y "Camilo" se besan apasionadamente, "Josefina" descubre que su cáncer entró en remisión, y que su sentencia de muerte ya no es una realidad. Es el momento que la mujer decide dar marcha atrás, y le pide a "Anita" abortar la misión, pero ella decide seguir luchando por Camilo. De este modo, la antes cómplice se convierte en una nueva e inesperada rival.

Carolina Arregui es Ana María Rojas, secretaria ejecutiva de Camilo Sarmiento.

Bastián Bodenhofer es Camilo Sarmiento.



María Izquierdo, encarna a Josefina Alcántara y cierra el triángulo protagónico de "Cuenta Conmigo".



La propuesta de Canal 13 es una historia que no dista de la realidad que viven algunos matrimonios cuando se enfrentan a una enfermedad fatal, el mejor amigo(a), de ella o de él, adquiere un rol determinante y se desencadena el conflicto, el cual muchas veces tiene un final feliz.

Ganador del Gran Prix 2008

"UN PREMIO FANTASTICO Y MOTIVANTE"

Ricardo Silberstein, gerente de ventas, entrega las llaves del flamante premio de Grand Prix Rabié 2008 a Héctor Contreras, vendedor de la Región del Libertador Bernardo O´Higgins de Rabié, quien destacó el incondicional apoyo de su familia y el de su jefe, Hernán Breve, supervisor de la compañía.

Héctor Contreras Sánchez ganó con justicia uno de los dos automóviles 0 kilómetro correspondiente al Grand Prix, el evento de fin del año 2008 de Rabié. Durante el mes de diciembre pasado, este vendedor de la zona Sexta Cachapoal y que reside en Machalí, acumuló un registro notable: el 100 por ciento de sus proveedores Fullmix con las metas de venta, cobertura y mix, con una meta de venta cumplida en un 191,01 por ciento y cobertura-efectividad de un 102,22 por ciento.

Con 10 años trabajando en Distribuidora Rabié, casado con Rosalinda con quien tiene a Pía Catalina, su hija de 13 años, Héctor Contreras calificó el premio obtenido como "fantástico y motivante". "Para lograr el objetivo" –dice Contreras- "conté con todo el apoyo de mi familia y también de mi jefe, el supervisor Hernán Breve. Es verdad que todos los días llegaba a mi casa alrededor de las 10 de la noche y allí estaban mi esposa y mi hija para entregarme su solidaridad. Pero, también estaba mi jefe quien sacrificaba sus horas de descanso para apoyarme. Creo que es de justicia destacar este apoyo de un superior preocupado que contribuyó en gran medida a que alcanzara las metas. Estoy feliz, agradecido y muy motivado para continuar trabajando, colaborando con los comerciantes, a quienes me corresponde atender para brindarles cada día más y mejores servicios".

POLLO ARVEJADO

Ingredientes: 1 pollo de 1 1/2 (kilo y medio), 3 dientes de ajos machacados,2 tomates picados en cuadritos, 1 cebolla picada en cuadritos, 1/2 pimentón picado en cuadritos, 2 cucharaditas de ají color,2 cucharaditas de vinagre de vino,1 lata de arvejitas, Sal y pimienta al gusto,1 kilo de papas cortadas en cubos pequeños y Aceite (suficiente para freír las papas).

Preparación

Cortar el pollo en trozos, adobarlos con los ajos machacados, la sal, la pimienta (dos horas antes de cocinarlo) luego se coloca el pollo en una olla y se le agrega la cebolla, el tomate, el pimentón, las cucharaditas de ají color, las cucharaditas de vinagre de vino, la lata de arvejitas y 1/4 de taza de agua, se lleva al fuego medio hasta que este cocido.

En una sartén se calienta el aceite y se fríe las papas cortadas en cubo. Se sirve el pollo con las papas fritas encimas y se acompaña de arroz blanco.

Deformales
Labraré
Mezcla
Perro, Invertido
Fabulas
Cesio
Amasé
900
Posesivo, Invertido
Llamas Pequeñas
Aceite
Coloca
Pronombre
Monarca Ruso
Epsilon
Tascas
Queres
Hierba Aromática
Lantano
Vigentes
Ciudad Sureña
Presidente U.S.A.
Tramó
Oso Pequeño
Tronco Leñoso
Sobre
Roetgen
Atomos
Olfatear
Escultura Pascuense
Cuna de Abraham
Casualidad
Descanso
Apellido
Roetgen
Vocales Diferentes
Nueva
Famoso Zoológico
Dora
Raíz Comestible
En La Mañana
Desorden
Posesivo Francés
Argolla
Alga - A
Arteria
Nombre Femenino
Nombre Masculino
Ventilais
Amperio
50
Destapas
Oxígeno
Resonancia
Mamífero Rumiante
Suspensión Aérea
Reaumur
Libra
Afirmación

Por Peroga


EXIGE TU
Catálogo
Escolar009
Por compras de productos del **Catálogo Escolar 009**, reciba una espectacular **Mochila Collektor.**
Consulte por plazos especiales de pago.
COLLEKTOR
COLLEKTOR
Catálogo
Escolar
009
Este año todos...
...con licencia para estudiar
RABIE
Este año todos...
...con licencia para estudiar
DISTRIBUIDORA
RABIE
Consulte a su vendedor Rabié
Promoción válida hasta el 31 de marzo de 2009 o hasta agotar stock.